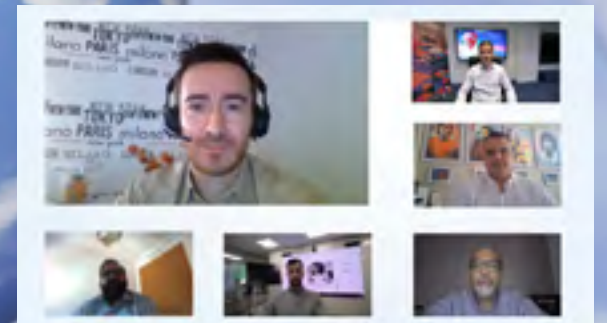




La gestión documental gana impulso para apoyar una cultura de trabajo híbrida



La eclosión de la colaboración empresarial y las comunicaciones unificadas, a debate



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

El canal ante un mundo **multi-cloud**



it Reseller
TECH&CONSULTING
ESPECIALES


Powering connections

EN POS DE LAS NUEVAS EXPERIENCIAS DE COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN

Mitel brinda soluciones que respaldan los nuevos paradigmas de negocio para un trabajo inteligente, híbrido y dinámico

**Director**

Pablo García Reales

pablo.garcia@itdmgroup.es**Redacción y colaboradores**Hilda Gómez, Arantxa Herranz,
Reyes Alonso, Ricardo Gómez,
Belén Juárez**Diseño revistas digitales**

Eva Herrero

Producción audiovisual

Favorit Comunicación, Alberto Varet

Fotografía

Ania Lewandowska

Director General

Juan Ramón Melara

juanramon.melara@itdmgroup.es**Director de Contenidos**

Miguel Ángel Gómez

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

Arancha Asenjo

arancha.asenjo@itdmgroup.es**Directora División Web**

Bárbara Madariaga

barbara.madariaga@itdmgroup.es**Director de Operaciones**

Ángel Porras

angel.porras@itdmgroup.es

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

El nuevo titán de la distribución



El nuevo proceso de consolidación del sector no cesa. Y esto es solo el principio. Finalizamos el mes de marzo, en pleno primer aniversario de uno de los acontecimientos más trágicos que han acaecido en las últimas décadas, con una noticia que ha sacudido nuestra industria. Tech Data y Synnex han firmado un acuerdo de fusión valorado en torno a 7.200 millones de dólares. La compañía emergente suma unos ingresos anuales pro-forma de aproximadamente 57.000 millones de dólares, abarca más de 100 países de las regiones de América, Europa y Asia-Pacífico, aún una cartera diversificada de más de 200.000 productos y soluciones, y aglutina más de 150.000 clientes y 1.500 fabricantes. Números que hacen de esta nueva entidad el mayor gigante de la distribución tecnológica a escala mundial. Recordemos que Tech Data fue

adquirida hace apenas año y medio por el fondo de inversión Apollo Global Management, que ahora gestionará el 45% de la empresa resultante. El 55% restante recaerá en los accionistas de Synnex, compañía que, aunque no opera en España, se erige como una de las grandes referencias de la distribución dentro del índice Fortune 500. Competencia directa de Arrow o Ingram Micro en el mercado norteamericano, el mayorista adquirió en 2017 parte de Westcon-Comstor, haciéndose con sus operaciones en Norteamérica y Latinoamérica, y con el 10% del accionariado de su negocio de EMEA y APAC.

¿Cuándo comenzará a impactar esta mastodóntica operación en el mercado español? ¿En qué medida? Todavía es pronto para garantizar las respuestas, pero, sin duda, terminará agitando el tablero. ■

Pablo García Reales

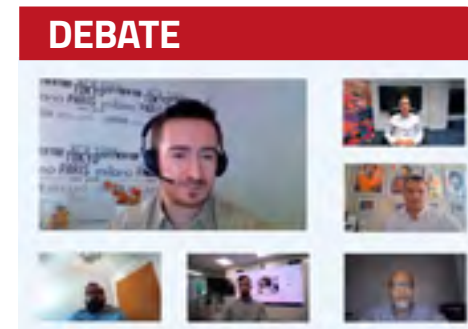
EN PORTADA

El canal en un mundo multi-cloud



REPORTAJE

La gestión documental gana impulso para apoyar una cultura de trabajo híbrida



DEBATE

La eclosión de la colaboración empresarial y las comunicaciones unificadas, a debate

TENDENCIAS

Los países europeos invertirán gran parte de los fondos NextGen EU en TIC

Los CEO miran a la tecnología como clave para la transformación del negocio

El gasto de las AA.PP. en TI crecerá un 5% a nivel mundial

El mercado de PC mejorará un 8% en 2021 pese a la escasez de componentes

NO SOLO **it**

ACTUALIDAD

HP refuerza su negocio de PC con la compra de HyperX de Kingston

Wolters Kluwer reorganiza la dirección de su división Tax & Accounting en España

NFON se apoya en su red de partners para crecer

QNAP se afianza como fabricante de infraestructura

Syneto abre una delegación en España

Newline crece en el mercado de monitores interactivos en España

Tech Data y Synnex se fusionan creando un transatlántico de la distribución TI

Ingram Micro potencia su división de ProAV & UCC con una nueva estrategia

Esprinet cierra 2020 consciente de haber sido "el mejor año de su historia"

Exclusive crece un 8% ayudado por su foco en ciberseguridad

MCR y su apuesta por la industria del videojuego

Maverick AV refuerza su propuesta en torno a los nuevos modelos de teletrabajo

Charmex potencia su porfolio de videoproyección con Epson

REVISTAS DIGITALES

it Reseller ESPECIAL
EN POS DE LAS NUEVAS EXPERIENCIAS DE COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN
Mitel
Powering connections

it
TECNOLOGIA Y SANIDAD: la mejora en la atención del usuario
GREKE SOPHOS

it TRENDS
Cloud, ¿hay opción? Viviendo en la nube híbrida

Impresión Digital
Beneficios de los servicios gestionados de impresión
brother

ANUNCIANTES

- SAMSUNG
- ESPRINET
- VINZEO
- DMI
- CHARMEX
- IT WHITEPAPERS
- INFORME EL DATO
- TECH DATA
- INGRAM MICRO
- NEWLINE
- V-VALLEY
- MCR
- INFORME IT TRENDS
- IT WEBINARS
- IMPRESIÓN
- ALMACENAMIENTO
- IT DIGITAL SECURITY
- IT USER

SAMSUNG

Portable SSD T7

Super Fast External Storage



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

HP refuerza su negocio de PC con la compra de la división HyperX de Kingston

HP Inc ha firmado un acuerdo en firme con Kingston Technology Europe por el que adquiere su división de gaming HyperX, cuya cartera de productos abarca periféricos para videojuegos, como auriculares, teclados, ratones, alfombrillas, micrófonos USB y accesorios para consolas. La adquisición respalda la estrategia de HP de impulsar el crecimiento de su negocio de PCs, donde los juegos y los periféricos son segmentos relevantes.

Según los términos del acuerdo, HP pagará a Kingston 425 millones de dólares, sujetos al capital circulante y a otros ajustes, para adquirir la cartera de HyperX, mientras que Kingston conservará los productos DRAM, Flash y SSD para gamers. Se prevé que la transacción se cierre en el segundo trimestre de 2021, a la espera de la revisión regulatoria y otras condiciones de cierre habituales.

“Damos la bienvenida a nuestra familia HP a HyperX, un referente en periféricos cuya tecnología cuenta con el respaldo de gamers de todo el mundo”, explica Enrique Lores, presidente y CEO de HP Inc. “Seguiremos avanzando en nuestro liderazgo en el

campo de los PCs añadiendo innovación para mejorar la experiencia. El crecimiento del mercado de periféricos es una oportunidad para nosotros y la incorporación de HyperX a nuestra cartera impulsa nuevas formas de innovación y crecimiento para nuestro negocio”.

LA BONANZA DEL SECTOR DEL GAMING

Los videojuegos para PC siguen siendo muy populares, y se prevé que la industria del hardware para PC alcance en 2023 un valor de 70.000 millones de dólares. El mercado mundial de periféricos tiene previsiones que lo sitúan en 12.200 millones de dólares en 2024, y es ahí donde los periféricos para videojuegos representen una parte considerable dentro de ese crecimiento.

En los últimos años, HP ha ampliado su cartera global de productos para videojuegos con potentes dispositivos como el portátil OMEN 15 y el portátil HP Pavilion Gaming 16. Más allá de los dispositivos, HP está promoviendo la innovación del software con OMEN Gaming Hub, un espacio para que los jugadores se conecten, customicen y

exploren sus equipos y juegos. Ahora, la incorporación de HyperX al amplio ecosistema de gaming de HP ofrece nuevas e innovadoras experiencias a todo lo que los jugadores ven, oyen y tocan.

“El diseño de los productos de HyperX satisfacen las demandas más exigentes de los gamers, desde los amateurs hasta los más profesionales, dándoles una ventaja competitiva y ayudándoles a mantenerse en el más alto nivel de juego”, explica John Tu, cofundador y CEO de Kingston. “El crecimiento de ambas empresas se basa en tener a nuestros empleados en el centro de nuestras prioridades y, además, compartimos los mismos valores fundamentales y la misma cultura”, subraya el directivo. ■



MÁS INFORMACIÓN



[HP impulsa el impacto sostenible entre sus partners con HP Amplify Impact](#)



[HP muestra su visión en CES sobre cómo serán los PC para entornos de trabajo híbridos](#)

La cartera de productos de HyperX abarca periféricos para videojuegos, como auriculares, teclados, ratones, y accesorios para consolas. “El crecimiento del mercado de periféricos es una oportunidad para nosotros y la incorporación de HyperX a nuestra cartera impulsa nuevas formas de innovación y crecimiento para nuestro negocio”, asegura Enrique Lores, de HP.

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



Wolters Kluwer reorganiza la dirección de la División de Tax & Accounting en España

Tras dar a conocer recientemente sus resultados económicos correspondientes al ejercicio 2020, Wolters Kluwer ha llevado a cabo cambios organizativos que afectan a la dirección de la División de Tax & Accounting en España. Josep (Pep) Aragonés ha dejado con fecha 1 de marzo su cargo como Managing Director de la División para asumir el rol de Vicepresidente Europeo de CCH Tagetik, otra unidad de negocio dentro de la misma división, dedicada a soluciones de software de planificación financiera para corporaciones. Además, seguirá liderando la misma división de Wolters Kluwer en Brasil, como sucedía hasta ahora.

El nuevo Managing Director de Wolters Kluwer Tax & Accounting en España es Tomàs Font, hasta ahora General Manager de la división en España. Font cuenta con una carrera de 13 años dentro de la empresa en los que ha asumido la dirección de distintos departamentos



Pep Aragonés, nuevo Vicepresidente Europeo de CCH Tagetik

y ha trabajado codo con codo con Pep Aragonés.

“Después de 14 años dirigiendo el negocio de Software en Wolters Kluwer España, el negocio de la división Tax&Ac-



Tomàs Font, nuevo Managing Director de la División

counting, desde el pasado 1 de marzo asumo nuevas responsabilidades para dirigir nuestras soluciones CCH Tagetik en Europa, soluciones especializadas en Corporate Performance Management”,

Tomàs Font asume el cargo de Managing Director de la División, reemplazando así a Josep Aragonés, que ha sido nombrado Vicepresidente Europeo de CCH Tagetik. “Afrontamos un presente y un futuro lleno de desafíos que exigen respuestas rápidas y certeras. No tengo ninguna duda de que nuestro equipo está preparado y capacitado para superarlos con éxito”, afirma Font.

señala Pep Aragonés. “Me sucede al frente de la dirección de Tax&Accounting Tomàs Font Zapater, a quien agradezco enormemente estos años de trabajo en equipo, dedicación y confianza”.

“Wolters Kluwer y Pep como máximo espónsor, han confiado en mí para ocupar, desde el pasado 1 de marzo, la posición de Managing Director de la División de Tax & Accounting en España, un cargo que asumo con el entusiasmo que generan los retos en momentos clave como este”, afirma Font. “Afrontamos un presente y un futuro lleno de desafíos que exigen respuestas rápidas y certeras. No tengo ninguna duda de que nuestro equipo está preparado y capacitado para superarlos con éxito”. ■

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



MÁS INFORMACIÓN



[Wolters Kluwer lanza una solución cloud de contabilidad para pymes](#)



[Wolters Kluwer España refuerza su negocio con la incorporación de parte de Infolab](#)



[Wolters Kluwer mejora a3innuva Contabilidad con la integración de la banca online](#)

Pep Aragonés ha asumido el rol de Vicepresidente Europeo de CCH Tagetik, unidad de negocio dedicada a soluciones de software de planificación financiera para corporaciones

Resultados 2020

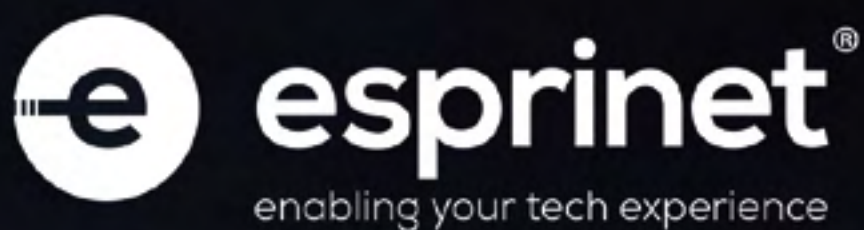
Wolters Kluwer ha anunciado sus resultados del ejercicio 2020, en el que el volumen de negocio de la compañía ascendió a 4.603 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 1% en moneda constante y del 2% orgánicamente. El dividendo total propuesto para 2020 es de 1,36 euros por acción, un 15% más.

La COVID-19 afectó principalmente a los formatos impresos, los ingresos no recurrentes y las nuevas ventas. Si bien el negocio digital y los servicios crecieron orgánicamente un 4%, alcanzando el 91% de la cifra total de negocio de Wolters Kluwer, el formato impreso descendió un 16% orgánicamente. El negocio recurrente creció un 4% orgá-

nicamente, representando el 78% del total, mientras que el no recurrente descendió un 8% orgánicamente.

El ahorro de costes ha permitido mantener las inversiones de Wolters Kluwer en desarrollo de productos y marketing, al tiempo que ha impulsado iniciativas de eficiencia y ha conseguido una mejora de los márgenes. El margen operativo ajustado fue de 1.124 millones de euros, lo que supone un incremento del 5% en moneda constante, y el margen de beneficio operativo ajustado aumentó 80 puntos básicos, hasta el 24,4%. El cash flow libre ajustado alcanzó los 907 millones de euros, lo que supone un incremento del 16% en moneda constante.





ESPECIALISTAS DEL SECTOR AUDIOVISUAL



Esprinet Ibérica
Campus 3-84 - Nave 1,
C/Osca, nº 2, Plaza 50197 Zaragoza

b2b.esprinet.com

Para más Información
BUAVPro@esprinet.com

NFON se apoyó en su red de partners para crecer en 2020

Ya lo anunció [Klaus von Rottkay](#), CEO de NFON, el pasado 1 de diciembre, durante su primer encuentro con los medios de comunicación españoles. El objetivo de la firma era continuar creciendo a doble dígito, y dicho y hecho. La compañía acaba de presentar sus resultados económicos correspondientes a 2020, un año en el que, a pesar de las dificultades que se están atravesando por culpa de la pandemia, logró crecer un 18,4% alcanzando una facturación de 67,6 millones de euros.

Ésta es una muestra de que la estrategia de NFON para "posicionarse en el mercado europeo de comunicaciones empresariales en la nube es la correcta", tal y como señala la firma en un comunicado.

Según cifras preliminares, los ingresos recurrentes de NFON durante 2020 crecieron un 23,6% hasta los 59,4 millones de euros, representando el 87,8% del total de la facturación, 3,7 puntos porcentuales más que en 2019. El número de

extensiones instaladas se incrementó en 75.080 y ya alcanzan los 524.791, un 16,7% más que en 2019.

NFON destaca que estos resultados económicos se han obtenido en un momento marcado por la incertidumbre económica. Mercados como España, Francia, Italia y Reino Unido (países en los que se han

adoptado medidas más restrictivas para frenar los contagios) se han visto obligados a impulsar el teletrabajo y a apostar por las comunicaciones unificadas. "Esto ha tenido un impacto en la evolución de los resultados de NFON", indican desde la compañía.

"NFON continúa beneficiándose de la creciente digitalización de la comunicación

El fabricante acaba de anunciar sus resultados económicos, correspondientes a su año fiscal 2020, un periodo en el que vio crecer su negocio en un 18,4%. La firma alemana consiguió una facturación de más de 67 millones de euros.



empresarial con Cloudya”, añade Klaus von Rottkay. “El mercado de las comunicaciones en la nube está experimentando un cambio estructural. 2020 fue un catalizador para este desarrollo y el trabajo flexible se considera la nueva normalidad”.

DE CARA A 2021

De cara a este año, NFON prevé un crecimiento de los ingresos recurrentes de entre un 14% y un 16%. También espera que estos representen el 85% de los ingresos totales en 2021. “Este año vamos a invertir más y, por lo tanto, estableceremos el rum-

bo para lograr un mayor crecimiento. Estamos intensificando nuestras actividades de ventas en Europa a través de nuestra red de más de 2.700 partners y queremos que este número se incremente. También continuaremos impulsando el desarrollo de nuestra cartera de productos”. ■

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



MÁS INFORMACIÓN



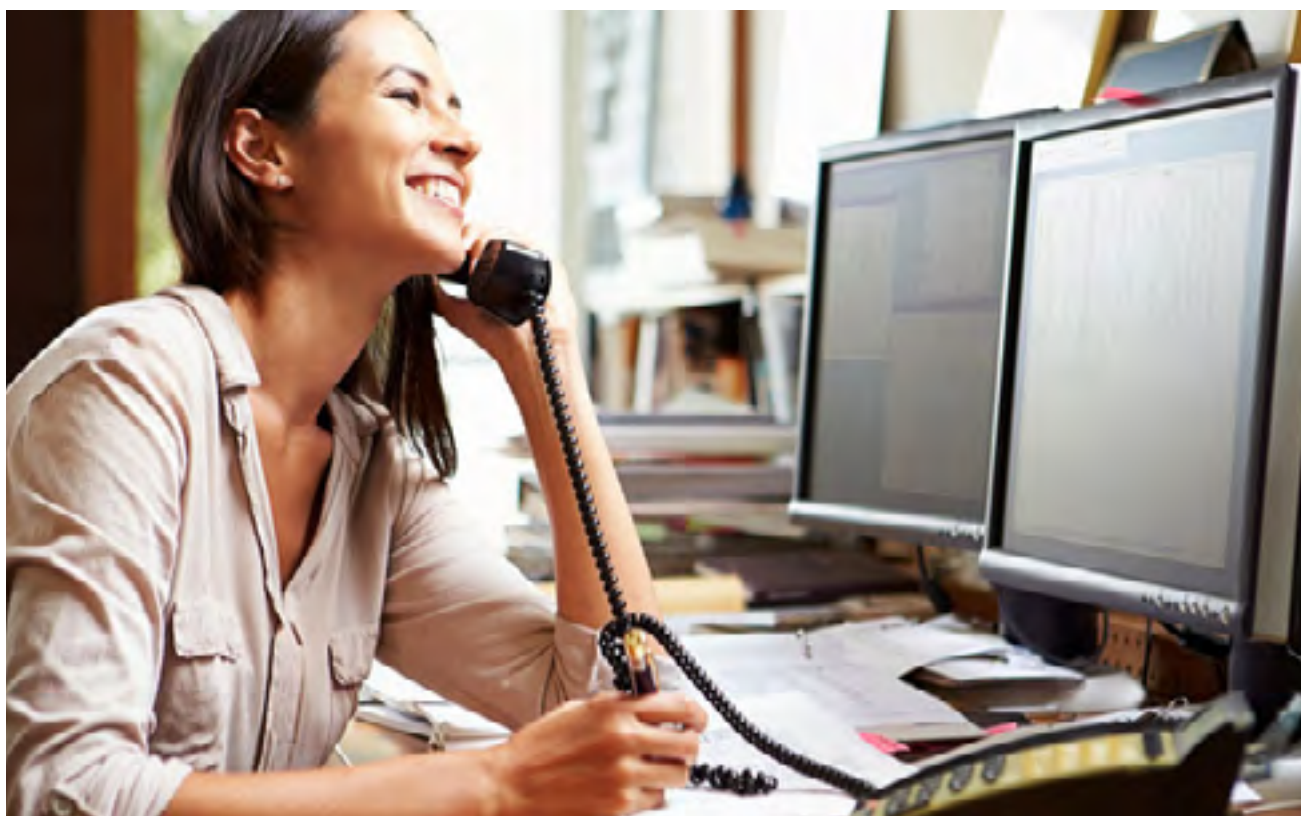
[Klaus von Rottkay asume el rol de CEO de NFON con el objetivo de 'continuar creciendo'](#)



[David Tajuelo, NFON: Cloudya es una plataforma global de comunicación que facilita el trabajo híbrido](#)



[NFON ingresó más de 49 millones de euros en los nueve primeros meses](#)



Transición a la telefonía en la nube

NFON ha anunciado la disponibilidad de Nconnect Voice, una solución de telefonía que utiliza la tecnología VoIP para la gestión de las llamadas y es compatible con todas las funciones conocidas de RDSI, permitiendo migrar a la nube sin llevar a cabo la actualización de la infraestructura. Las empresas pueden proteger su inversión en hardware, al ofrecerles la posibilidad de conectar su sistema PBX anterior y sus dispositivos, incluidos teléfonos de sobremesa a la nube. Con Nconnect Voice, las empresas obtienen

un acceso ventajoso al nuevo mundo de las comunicaciones en la nube, al tiempo que aumentan el rendimiento de su sistema telefónico actual. La solución combina el control total de los costes con un paquete de prestaciones predefinido; la prevención del fraude con funciones de seguridad de última generación, como el bloqueo de llamadas y las copias de seguridad; la compatibilidad con herramientas de comunicaciones unificadas como Microsoft Teams; y un nuevo portal de configuración.

QNAP se afianza como fabricante de infraestructura

Este año las circunstancias han llevado a QNAP Systems a celebrar su evento anual para partners en un formato 100% online, una ocasión en la que la compañía ha compartido con el canal lo último en soluciones de almacenamiento y networking para acelerar la transformación digital.

Adrián Groba, country manager de QNAP España y Portugal, abrió el evento con una presentación general, en la que anticipó las líneas estratégicas de la compañía para 2021. Así, en el área de innovación de producto y funcionalidad, dentro del apartado NAS, destaca el lanzamiento del nuevo sistema operativo QuTS hero, que está basado en ZFS, mientras que, en el ámbito de portfolio de producto, la compañía está potenciando su área de networking. Esta arrancó en 2019 con un primer lanzamiento de switches plug&play no gestionables, y ya el año pasado se expandió a switches gestionados, con una interfaz de gestión

diseñada por QNAP, switches smart, y ahora con el lanzamiento del router QHora con SDWan.

Sobre la evolución de la compañía, Adrián Groba aseguró que QNAP ha crecido en facturación y en cuota de mercado debido a diversos factores. En primer lugar, ha tenido un gran aumento de proyectos en

el área de Enterprise, por el lado de Corporate y de Data Center. En segundo lugar, el volumen de proyectos en el sector público ha sido elevado, algo que Groba atribuye al elevado número de partners que le han permitido acceder a esos proyectos. Estos factores positivos han podido compensar la caída de inversión en las pymes, que



En su evento para partners, la compañía repasó sus principales novedades, entre las que destaca el sistema operativo QuTS hero para NAS, sus nuevos switches gestionados y el router QHora. Además, animó a los asistentes a unirse al QNAP Partner Program, que ya está compuesto por más de 650 integradores de sistemas.

De derecha a izquierda: Adrián Groba, country manager de QNAP España y Portugal; y Pedro Barranquero, Product & Marketing Manager de QNAP España

afectó al negocio de QNAP en lo referente a la demanda de productos de gama media, no así en lo concerniente a la demanda de equipamiento para continuar con su flujo de trabajo.

“QNAP tiene la ventaja de que abarca desde un pequeño emprendedor o usuario doméstico que necesita salvaguardar sus datos, hasta el usuario Enterprise”, ha asegurado el country manager, para quien, frente a otros competidores, QNAP cuenta con una serie de ventajas a nivel de soluciones, incluido el sistema de archivos ZFS y la disponibilidad de un amplio abanico de soluciones de networking, que complementa la parte de almacenamiento. “Hay otros dos componentes fuera del área de producto que han marcado la diferencia: el servicio de preventa y posventa de apoyo a los partners, y el partner program, que ya está compuesto por unos 650 integradores de sistemas. Tenemos mucho foco en el partner que instala la solución, que da valor añadido, que puede explicar la funcionalidad al cliente y que está al día de las últimas novedades de nuestros equipos”, añade Groba.

NOVEDADES TECNOLÓGICAS

Por último, Groba hizo un repaso por las principales novedades de su portfolio,



empezando por QuTS hero, cuya principal ventaja es que está basado en ZFS, lo que implica, entre otras ventajas, mejoras en la integridad de datos y en la reconstrucción del RAID. De momento la estrategia de QNAP pasa por ofrecer el sistema operativo de manera opcional en una gama de sus productos NAS. Entre los más novedosos destaca el TS-h2490FU, que ofrece almacenamiento all-flash U.2 NVMe de 24 bahías en ZFS; el TS-h3088XU-RP, un almacenamiento all-flash preparado para 25GbE basado en ZFS; y el TS-h1886XU-RP, un almacenamiento ZFS y listo para 10GbE. Junto a ellos, la compañía está lanzando la gama 73A, que va a sustituir a la gama 73, y que también ofrece como opción el sistema QuTS hero.

En el área de networking, son cuatro las líneas de producto de la compañía:



Apuesta por el reconocimiento facial basado en IA

QNAP Systems presenta QVR DoorAccess, un nuevo sistema de control de acceso que funciona con el reconocimiento facial inteligente de QVR Face. El análisis de imágenes mediante IA ofrece un reconocimiento basado en datos biométricos que garantiza una estricta autenticación de la identidad, facilitando un sistema de acceso en puerta cómodo, seguro e inteligente.

QVR DoorAccess funciona con las aplicaciones de vigilancia QVR de QNAP y admite el reconocimiento de múltiples caras en tiempo real, listas de personas VIP/extraños creadas por el usuario y capturas de entrada para evitar el fraude y mejorar la administración de recursos humanos.

También se puede usar la reproducción de vídeo para revisar las grabaciones en determinados eventos para garantizar una administración más segura.

El sistema incluye cinco elementos de administración: “controlador de acceso de puertas”, “puertas”, “usuarios”, “reglas de acceso” y “registros de acceso”, lo que ofrece a los usuarios una administración más sencilla. QVR DoorAccess es compatible con sistemas de control de acceso de terceros (actualmente admite HUNDURE serie RAC-960 y serie RAC-2000). Los usuarios también pueden establecer una base de datos facial y consultar el historial de reconocimiento utilizando QVR Face.

switches no gestionables de 2,5GbE y de 10GbE, switches gestionables de 10GbE y el router QHora. El primer router de la gama es el QHora-301W, compatible con WiFi 6 y con funcionalidad SD-WAN. "Con esto, lo que hace QNAP es dejar de ser un fabricante de almacenamiento para convertirse en un fabricante de infraestructura", apunta Groba, que anticipa que se añadirán más switches al portfolio durante las próximas semanas.

Otra de las soluciones que ofrece QNAP es QcloudBACKUP, un servicio de backup en data center, certificado, que permite que los datos no salgan del territorio español. Con este servicio se puede realizar una copia de seguridad de todos los dispositivos NAS, así como de aplicaciones de empresa y bases de datos, incluso en caliente.

A continuación, Pedro Barranquero, Product & Marketing Manager de QNAP España, centró su presentación en cómo funciona QuTS hero, y sobre todo en cómo instalarlo y optimizarlo. También explicó lo fácil que es gestionar un switch de capa 2 de QNAP con el firmware QNAP Switch System (QSS), y cómo configurar el router QHora-301W.

Por parte de Western Digital, Pol Vilaseca, Sales Manager para la región de

Iberia, hizo un repaso a WD Red, los productos de la compañía específicos para NAS y que convergen totalmente con las soluciones de QNAP, una familia compuesta por las gamas de discos duros WD Red, WD Red Plus y WD Red Pro, y por los SSD SATA WD Red SAS500. Actualmente la compañía tiene unos 90 productos compatibles con QNAP en la parte de SSDs. Asimismo, en la parte Enterprise, la compañía cuenta con la línea WD Gold también compatible con la mayoría de sistemas de QNAP. Vilaseca finalizó su presentación animando a los partners a sumarse al programa de canal myWD.

Si desea acceder al evento completo pinche en este [enlace](#). ■



MÁS INFORMACIÓN



[QNAP Systems lanza una versión mejorada de su sistema operativo para NAS](#)



[QNAP anuncia nuevas soluciones de expansión de almacenamiento](#)



[QNAP continúa incrementando su propuesta de soluciones NAS](#)

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



VIP

vinzeo



Tu distribuidor oficial
de confianza



Syneto abre oficina en España, donde ya estaba presente a través de Esprinet

Con el claro objetivo de estar más cerca del cliente y de dar una respuesta más ágil a las demandas de empresas pequeñas y medianas, Syneto desembarca en España abriendo su primera oficina a nivel nacional. De esta manera, la compañía italiana acelera su presencia en el mercado ibérico, donde ya estaba presente de la mano de su mayorista Esprinet. Para ello Syneto ha apostado por la creación de un equipo local con amplia experiencia liderado por Matteo Restelli, como Country Manager; Eduardo García Sancho, como Sales & Channel Manager; y Ander Cabarcos, como Technical & Presales Manager.

El propósito de la compañía en España es ofrecer a las pymes nacionales una solución de hiperconvergencia y seguridad avanzada del dato con cobertura antimalware y antiransomware que mejore su rendimiento. En muchas ocasiones este tipo de empresas no tienen acceso a tecnologías muy avanzadas de protec-

ción del dato y sufren paradas de producción importantes. La solución todo en uno asequible y fácil de gestionar que ofrece Syneto minimiza estas paradas de producción, garantizando e



El objetivo de la compañía es ofrecer a las pymes nacionales una solución avanzada pero asequible de protección del dato con cobertura antimalware y antiransomware. El equipo local estará liderado por Matteo Restelli, como Country Manager; Eduardo García Sancho, como Sales & Channel Manager; y Ander Cabarcos, como Technical & Presales Manager.

inmunizando las copias de seguridad y ofreciendo una mayor velocidad de restauración en caso de caída del sistema (principalmente por temas de ciberseguridad o ataques en el dato) en tan solo 15 minutos. "Se trata de generar inmunidad ante posibles ataques de malware y específicamente ante los ataques de ransomware," comenta Eduardo García Sancho.

ESTRATEGIA NACIONAL

La estrategia de Syneto a nivel nacional abarca empresas tanto de ámbito público como privado de hasta 500 empleados, que estén en un ámbito productivo en el que una parada de producción de su sistema informático sea un inconveniente y un perjuicio grave en su actividad. Según García Sancho, "nos dirigimos a todas aquellas empresas y sectores industriales que busquen evitar paradas de producción en sus sistemas informáticos y que tengan especial sensibilidad a un ataque de malware o ransomware. No solo se trata de evitar la pérdida de datos sino también de minimizar los tiempos de paradas de producción".

El principal objetivo del equipo a corto plazo es dar a conocer la marca y las soluciones que ofrece para, así, ir adquiriendo cuota de mercado a mayor velocidad y en un periodo inferior a cinco años, posicionar a la compañía como líder del mercado en soluciones TI para el mercado de la pyme.

El principal objetivo del equipo a corto plazo es dar a conocer la marca y las soluciones que ofrece para, así, ir adquiriendo cuota de mercado a mayor velocidad y en un periodo inferior a cinco años, posicionar a la compañía como líder del mercado en soluciones TI para el mercado de la pyme.

En pro de la hibridación

Tras la pandemia de la COVID-19, el mercado está demandando soluciones más potentes dentro de los entornos híbridos para dar soporte a esta nueva modalidad de teletrabajo que estamos viviendo. Las empresas con entornos híbridos

son el futuro, ya que este tipo de entornos supone una optimización de los costes y una mejora tecnológica general, aportando una gran flexibilidad a las pequeñas y medianas empresas. "Somos optimistas de cara al número de empresas que están

adquiriendo tecnología en entornos híbridos para trabajar con productos seguros y fiables como pueden ser los de Syneto. La hibridación será la solución tecnológica que comandará el mercado en los próximos 5 años", concluye García Sancho.

"En cuanto a España, somos muy optimistas, ya que los datos hasta ahora nos llevan a pensar que no solo este segundo año vamos a seguir cumpliendo objetivos, sino que incluso esperamos superarlos con creces por la enorme acogida que estamos teniendo en el mercado nacional", afirma el directivo. ■



MÁS INFORMACIÓN

- Esprinet Ibérica distribuirá en exclusiva las soluciones hiperconvergentes de Syneto
- El 48% de las pymes invertirá en digitalización como parte de su estrategia
- El 39% de las pymes no ha recibido suficiente asistencia de los proveedores de TI



ESPAÑA EN LA ERA POST-COVID

La COVID-19 ha trastocado la vida de empresas y ciudadanos que ven con incertidumbre el futuro. A la preocupación sanitaria se le unen unas previsiones económicas, y de desempleo, nada esperanzadoras. Descubre en este IT Research cuáles son las principales previsiones para España y cuál es el papel que va a jugar la tecnología en la recuperación a través de más de 40 gráficos, divididos en seis bloques, y las opiniones de diversos analistas del sector.

Newline se hace con el 16% del mercado de monitores interactivos en España

Newline ha hecho balance del ejercicio 2020, un año en el que se alzó como una de las empresas de soluciones interactivas con mayor crecimiento en el mercado nacional. De acuerdo con datos de la consultora Future Source, en 2020 Newline España vendió cerca de 3.000 monitores, lo que significa que una de cada seis pantallas vendidas fue de la marca Newline, un aumento de ventas que fue especialmente significativo durante los últimos meses del pasado año. Enaire, Puertos de Estados, la Universidad Politécnica de Madrid o el Partido Popular fueron algunos de los clientes que en 2020 incorporaron monitores interactivos Newline en sus centros de trabajo.

“Estamos muy satisfechos con el crecimiento que está teniendo la empresa. En pocos años hemos conseguido posicionarnos como una de las marcas de confianza dentro del sector y eso nos impulsa a seguir esforzándonos para ofrecer la mejor oferta de soluciones interactivas”, asegura José María Vicio-

so, director de Desarrollo de Negocio de Newline España.

SOLUCIONES INTEGRADAS

Las series MIRA y Flex materializan el compromiso de Newline para el año 2021. Ambos modelos incluyen cámara y micrófonos integrados que los convierten en soluciones idóneas para adaptar cualquier espacio a los requisitos de la nueva normalidad laboral. Ya sea en casa o en la oficina, la colaboración es más sencilla gracias a estos dos modelos de la gama corporate. ■



Garantía

Cabe destacar asimismo que Newline ofrece cinco años de garantía con reinstalación para las series MIRA, NAOS IP y X. De esta manera la firma apuesta por la calidad con sus clientes, además de por la constante innovación en todas sus soluciones.



MÁS INFORMACIÓN



[Newline apoya la transformación del espacio de trabajo con Flex](#)



[Newline extiende la garantía de sus monitores interactivos a cinco años](#)

Según datos de Future Source, en 2020 Newline España vendió cerca de 3.000 monitores, lo que la sitúa como una de las marcas de soluciones interactivas de mayor crecimiento en nuestro país. El compromiso de la compañía para este año se materializa en las series MIRA y Flex, dos modelos de la gama corporate que facilitan la colaboración empresarial.

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



30 años contigo
DDMI
Computer

**MAYORISTA
OFICIAL**

Distributor
Master Reseller



UBIQUITI[®]
N E T W O R K S



EdgeMAX[®]

airFiber[®]

airMAX[®]

UniFi[®]



Tech Data y Synnex se fusionan creando un transatlántico de la distribución TI

Synnex Corporation y Tech Data han firmado un acuerdo de fusión definitivo bajo el cual ambas compañías se combinarán en una transacción valorada en aproximadamente 7.200 millones de dólares, incluida la deuda neta. La compañía conjunta, con unos ingresos anuales pro-forma de aproximadamente 57.000 millones de dólares, proporcionará a clientes y proveedores un alcance expansivo a nivel de productos, servicios y geografías para acelerar la adopción de tecnología.

“Estamos entusiasmados de asociarnos con un líder de la industria de clase mundial como Tech Data y creemos que esta combinación beneficiará a todos nuestros inversores”, asegura Dennis Polk, presidente y CEO de Synnex. “Esta transacción potencia un crecimiento acelerado de los ingresos y ganancias, una mayor presencia global y la capacidad de impulsar mejoras operativas significativas mientras continúa creando valor para los accionistas. Esperamos trabajar con los talentosos colegas de Tech Data y esperamos que nuestro negocio combinado

cree la oportunidad para que los miembros del equipo produzcan los más altos niveles de servicio a nuestros partners”.

TITÁN RESULTANTE

La compañía combinada tendrá un alcance global que abarca más de 100 países de las regiones de América, Europa y Asia-Pacífico, y una amplia cartera diversificada de más de 200.000 productos y soluciones. Esta escala significativa proporcionará mayor valor y eficiencia de compra

a los más de 150.000 clientes y de 1.500 proveedores de la nueva entidad y le permitirá acelerar la adopción de tecnología y atraer a los fabricantes de equipos originales más innovadores.

La transacción combina las plataformas de crecimiento de cada empresa para establecer una cartera diferenciada de soluciones de extremo a extremo en algunos de los segmentos de productos de mayor crecimiento, incluidos el cloud, los centros de datos, la seguridad, el Internet de las cosas (IoT), los



La compañía combinada tendrá un alcance global que abarca más de 100 países de las regiones de América, Europa y Asia-Pacífico, y una cartera formada por más de 200.000 productos y soluciones, que proporcionará mayor valor a sus más de 150.000 clientes y 1.500 proveedores. Los accionistas de Synnex poseerán el 55% de la entidad combinada.

servicios, 5G e Intelligence Edge. Las líneas de productos altamente complementarios de las empresas y la plataforma de distribución global proporcionan flujos de ingresos diversificados y oportunidades de venta cruzada, incluida la capacidad de llevar al mercado una oferta completa de todo como servicio (EaaS).

“Esto es transformador para Tech Data, Synnex y todo el ecosistema tecnológico.

Acuerdo con Nutanix en España

Desde 2014, la colaboración entre Nutanix y Tech Data no ha dejado de crecer. Pues bien, ahora el mayorista ha anunciado la ampliación de su acuerdo de colaboración con Nutanix en el mercado español.

En virtud del acuerdo, Tech Data Advanced Solutions incorpora a su cartera la oferta completa de soluciones y servicios de cloud computing e infraestructura convergente de Nutanix, con el objetivo de ayudar a su amplia base de partners en la creación de soluciones innovadoras, de gran rendimiento y seguras, para sus clientes finales.

Actualmente, Tech Data distribuye las soluciones de Nutanix en Estados Unidos, Alemania, Australia, Francia, Gran Bretaña e India, entre otros países.

Juntos, podremos ofrecer a nuestros clientes y proveedores un alcance, eficiencia y experiencia excepcionales, redefiniendo la experiencia y el valor que reciben”, explica Rich Hume, CEO de Tech Data. “La compañía combinada también se beneficiará de una importante fortaleza financiera para invertir en su plataforma de crecimiento principal, así como en las tecnologías de ciberseguridad, nube, datos e IoT de próxima generación, que están experimentando un crecimiento explosivo debido a las tendencias del trabajo desde casa y el retorno a la oficina. No podríamos haber alcanzado este hito sin el arduo trabajo de nuestros colegas, y esperamos trabajar juntos con el equipo de Synnex para reunir sin problemas a nuestras empresas y crear un valor significativo para nuestros accionistas”.

PERFILES DE CADA COMPAÑÍA

Tech Data actualmente es propiedad de fondos administrados por filiales de Apollo Global Management (Apollo Funds) y sus co-inversores. Al cierre de la transacción, los accionistas de Synnex poseerán aproximadamente el 55% de la entidad combinada, y Apollo Funds el 45% restante. Matt Nord y Robert Kalsow-Ramos, socios de Apollo, afirman que “cuando adquirimos Tech Data, vimos el enorme potencial de crecimiento

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



transformador y de creación de valor a largo plazo. Esta transacción acelerará el impulso que ya estaba en marcha al unir a dos empresas para adquirir una mayor escala y fortaleza financiera para liderar la industria. Estamos emocionados de seguir siendo parte del éxito continuo de la nueva compañía”.

Aunque Synnex no opera en España, estamos ante una de las grandes referencias de la distribución dentro del Fortune 500. Competencia directa de Arrow o Ingram Micro en el mercado americano, el mayorista adquirió en 2017 parte de Westcon-Comstor, haciéndose con las operaciones en Norteamérica y Latinoamérica y con el 10% del accionariado del negocio de EMEA y APAC. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Tech Data orienta al canal TI en la gestión de los fondos Next Generation EU](#)



[Tech Data lanza una serie de soluciones tecnológicas preempaquetadas](#)

Compra de Finance Technology

Tech Data ha anunciado la adquisición de Finance Technology, una operación que mejora su capacidad para ofrecer soluciones innovadoras y flexibles de tecnología como servicio (TaaS) en toda la región europea. La plataforma Finance Technology permite a los partners gestionar el proceso TaaS durante todo el ciclo de vida de los productos tecnológicos y conecta a lo largo del proceso directamente con interlocutores claves como bancos, avalistas de recompra e intermediarios para proporcionar decisiones de aprobación más ágiles.

Resellers, comercios minoristas y operadoras pueden armonizar la integración de la plataforma de Finance Technology en sus entornos online y de tienda, como solución de marca blanca o utilizando la API de la plataforma, lo que les permite ofrecer opciones financieras TaaS a sus clientes con una inversión mínima. Los partners también pueden beneficiarse de mejores oportunidades de venta cruzada y negocio adicional, ya que los clientes pueden optar fácilmente por productos de mayor valor con accesorios y otros servicios asociados a la venta.

Ingram Micro potencia su división de ProAV & UCC con una nueva estrategia

El balance que Ingram Micro hace del año 2020 en el área de audio y video profesional y comunicaciones unificadas se puede definir como desafiante, ante todo lo que ha ocurrido y sabiendo que se debe continuar combatiendo esta pandemia, que llevará más esfuerzo y tiempo de lo que inicialmente se esperaba.

“La imaginación, la tenacidad, el coraje y un compromiso inquebrantable es como me gustaría describir el trabajo realizado por la división de ProAV & UCC de Ingram Micro durante este año 2020”, asegura Alex Rincón, ProAV & UCC Business Manager del mayorista en España. “Todo este esfuerzo lo hemos hecho con el único objetivo de ofrecer a nuestros clientes nuestro mejor servicio y calidad para el desarrollo del negocio de manera conjunta. Nos hemos encontrado ante una adversidad extrema saliendo de nuestras zonas de confort y actuando en circunstancias y condiciones nunca antes experimentadas. Pero el año



2020 ya ha acabado y a medida que entramos en este nuevo año 2021 hay motivos para el optimismo a un regreso hacia la nueva normalidad que tanto esperamos”.

DIVISIÓN PROAV Y UCC

Por parte de la división de ProAV y UCC, Ingram Micro sigue trabajando con énfasis

para poder seguir ofreciendo más valor a sus clientes y socios proveedores, y es ese motivo por el que Alex Rincón ha decidido realizar una serie de cambios, empezando por el nombramiento de José María Barranco como responsable comercial de la división. Barranco es promocionado por los esfuerzos realizados

Con José María Barranco como nuevo responsable comercial de la división, el objetivo del mayorista es seguir aportando soluciones, especialización, compromiso y máximo apoyo a los socios. La división estrena asimismo el área de negocio de LED, una gama de productos que hasta ahora no distribuía, y al frente de la cual estará Rubén Sánchez.

en los últimos nueve años para liderar el desarrollo del negocio de la división, que, junto con el fuerte enfoque orientado hacia las soluciones, se ha convertido en un gran diferenciador para la organización.

“Debemos seguir definiendo una estrategia cada vez más exigente hacia nosotros mismos, ya que nos encontramos en mercados vivos y en cambio constante. La pandemia ha provocado que tanto el área de PROAV como la de UCC tengan nuevas necesidades y creemos estar aportando lo que más se demanda en estos momentos, soluciones, especialización, compromiso y máximo apoyo a nuestros socios. Seguimos trabajando y disfrutando”, asegura José María Barranco.

NEGOCIO LED

Por otro lado, Ingram Micro ha anunciado el lanzamiento del área de negocio de LED dentro de la División de ProAV, un movimiento dirigido a apoyar al canal con una gama de productos que hasta la fecha no distribuía, labor que desempeñará Rubén Sánchez. Con más de 15 años de experiencia en el mercado y más de cinco en el desarrollo del negocio de LED, Sánchez cuenta con una amplitud de conocimientos tanto del mercado como del negocio de Display que van a ser fundamentales



para el éxito del desarrollo de esta área de negocio.

Según Rubén Sánchez, “el objetivo de la nueva estrategia integral de Ingram Micro se basa en poder cubrir y dar el máximo soporte a nuestros partners ya especializados en el LED en los diferentes niveles que ellos demanden, así como para que clientes no especializados en el mundo LED puedan abordar cualquier proyecto con garantías de éxito”.

NOMBRAMIENTO

Adicionalmente, la división ha querido reforzar al equipo comercial en la zona de Madrid con la incorporación de Ainhoa Hurtado, que va a desarrollar el negocio tanto de UCC como de ProAV y complementar al actual equipo comercial de la división a nivel nacional.

Ainhoa Hurtado atesora una gran experiencia en la venta de audio y video conferencia orientada hacia la integración de equipamiento para soluciones y su aportación será vital para el crecimiento de

Productos de AWS al sector público

Ingram Micro Cloud Spain distribuye productos en la nube de Amazon Web Services (AWS) desde hace más de un año. Pues bien, a partir de ahora el mayorista ofrecerá soluciones de AWS a organizaciones del Sector Público para sus partners, permitiéndoles participar en la digitalización del sector público mediante la actualización de sus infraestructuras tecnológicas y la adopción de los servicios que brinda la nube de AWS. Esta nueva oferta posiciona a Ingram Micro como uno de los grandes distribuidores de cloud, con una solución completa de Infraestructura como Ser-

vicio (IaaS), complementada por otros proveedores.

La digitalización y modernización de las infraestructuras tecnológicas en el sector público es uno de los ejes clave del reciente plan “España Digital 2025”, que, a través de fondos europeos de reconstrucción pretende ayudar a las Administraciones Públicas a mitigar el impacto económico y social del COVID-19. Las organizaciones del sector público se beneficiarán del ahorro de costos, la elasticidad, la flexibilidad, la seguridad y el alto nivel de cumplimiento que ofrece la nube de AWS.

INGRAM
CLOUD

aws

Ingram Micro Cloud
anuncia la distribución con
el sector público de AWS



la división. "Mi objetivo es incorporarme para transmitir todo este conocimiento y experiencia al canal de distribución de Ingram, ayudándoles de forma consultiva a crear soluciones tecnológicas adaptadas a las necesidades y capacidades de nuestros clientes", señala Hurtado. ■

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



MÁS INFORMACIÓN



[Ingram Micro lleva el negocio de seguridad al siguiente nivel con CyberGramSM](#)



[Ingram Micro distribuirá las soluciones de videoconferencia de Owl Labs en Europa](#)



[HNA vende Ingram Micro a Platinum Equity Partners por 7.200 millones de dólares](#)

Ingram Micro también ha reforzado al equipo comercial en la zona de Madrid con la incorporación de Ainhoa Hurtado

Tecnología de refrigeración de Submer

Submer ha firmado un acuerdo de asociación con Ingram Micro, por el que éste se convierte en distribuidor clave de su tecnología y soluciones de refrigeración por inmersión en Europa y en Oriente Medio. Gracias a esta colaboración, Ingram Micro podrá diseñar una solución que tenga la

tecnología de Submer integrada y, de esta manera, ofrecer a la industria la posibilidad de compra de un centro de datos extremadamente eficiente en una caja.

El interés en torno a la eficiencia y la sostenibilidad de los centros de datos ha aumentado significativamente,

impulsado por una mayor preocupación por la carga de los centros de datos, que consumen muchos recursos naturales. Los datos actuales indican que la industria del centro de datos gastó 500.000 millones de kW de electricidad y emitió 354 millones de toneladas métricas de CO2.



ESPAÑA EN LA ERA POST-COVID

La COVID-19 ha trastocado la vida de empresas y ciudadanos que ven con incertidumbre el futuro. A la preocupación sanitaria se le unen unas previsiones económicas, y de desempleo, nada esperanzadoras. Descubre en este IT Research cuáles son las principales previsiones para España y cuál es el papel que va a jugar la tecnología en la recuperación a través de más de 40 gráficos, divididos en seis bloques, y las opiniones de diversos analistas del sector.



Esprinet cierra 2020 consciente de haber sido “el mejor año de su historia”

El Consejo de Administración de Esprinet ha aprobado los resultados financieros del ejercicio fiscal 2020, finalizado el 31 de diciembre de 2020. Así, las ventas por contratos con clientes ascendieron a 4.491,6 millones de euros, un 14% más en comparación con los 3.945,4 millones de euros ingresados en 2019.

El beneficio bruto ascendió a 194,5 millones de euros, un 10% más que en 2019 (176,1 millones de euros), que compensó la reducción del margen porcentual (4,33% frente a 4,46%), por la mayor incidencia de ventas de PC y smartphones, y a pesar del efecto diluyente vinculado a la importante caída de ventas y margen de beneficio de Celly provocada por la suspensión parcial de actividades. Restando la aportación positiva de la adquisición del Grupo GTI, por un importe positivo de 4 millones de euros del resultado de 2020, se estima que la variación del beneficio bruto hubiera rondado el 8%.

El EBITDA ajustado fue de 69,1 millones de euros, un 24% más en comparación con los 55,7 millones de euros de 2019. Excluyendo la contribución positiva de la adquisi-

ción del Grupo GTI, el EBITDA ajustado habría sido de 67,8 millones de euros (un 22% más). El EBIT se situó en 47,6 millones de euros, un 16% más frente a los 41,1 millones de euros de 2019.

Los ingresos netos ascendieron a 31,8 millones de euros, un 35% más en comparación con los 23,6 millones de euros de 2019. El beneficio por acción ordinaria, igual a 0,63 euros, mostró un aumento del 37% en comparación con el valor en 2019 (0,46 euros).

VALORACIÓN

“Cerramos 2020 sabiendo que fue el mejor año de nuestra historia. Esto es aún más significativo si se considera dentro del contexto global actual”, explica Alessandro Cattani, CEO de Esprinet. “Logramos apoyar a las empresas, clientes y consumidores finales, gracias al compromiso constante de todo nuestro equipo, asegurando que tuvieran pleno acceso a las tecnologías flexibles y de alto rendimiento que la situación requería, evitando interrupciones en la cadena de suministro, garantizando altos niveles de resiliencia y calidad del servicio ofrecido y el diseño de la

configuración óptima necesaria para afrontar mejor los efectos a largo plazo de este nuevo modus operandi.”

“Estamos preparados –prosigue Cattani– para dar la mejor respuesta al importante crecimiento de la demanda de tecnología prevista en los próximos años, plenamente conscientes del papel cada vez más central de los distribuidores en el proceso de la implantación de la misma. Nuestro modelo de negocio flexible, nuestro know-how y la selección continua de las mejores soluciones del mercado nos permitirá apoyar a todos nuestros clientes en la configuración, suministro y uso de las tecnologías más avanzadas que, ahora más que nunca, son la base del éxito empresarial y la calidad de vida de todos”. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Esprinet Ibérica completa el proceso de certificación Customer Centric de S2CX](#)



[Dacom e IdMaint ya son 100% propiedad de Esprinet](#)

Los resultados financieros consolidados del Grupo Esprinet corroboran las cifras preliminares, que apuntaban a un crecimiento de ventas del 14%, alcanzando los 4.492 millones de euros. El EBITDA creció un 24%, hasta los 69 millones, mientras que los ingresos netos aumentaron un 35%, superando los 31 millones de euros.

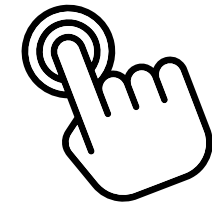
¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



Traulux DS amplía sus utilidades con nuevos módulos

traulux
Beyond Today, Beyond Us



Aumenta tu volumen de ventas, informa a tus clientes, ayúdalos a mantener la distancia de seguridad, entreténlos o haz que la espera sea más agradable con información dinámica.

Traulux DS es un sistema rápido, flexible y fácil de usar.

Digital Signage + QR Menú

Muestra en Traulux DS automáticamente las cartas y menús gestionadas desde este módulo, tienes opciones de pedido a mesa, aviso al camarero, take away o delivery.

Digital Signage + QR Turnos:

Funciona mediante el móvil del cliente, sin tener que tocar dispositivos en el área pública y sin necesidad de su login. Incluso puede guardar el QR y solicitar turno desde casa. Todo directamente conectado, long polling, actualización al instante.

Screen Regions

Regiones del monitor con información predefinida. Añade nuevas creatividades según tus necesidades, plantillas incluidas para minimizar el esfuerzo a la hora de crear contenido de noticias, relojes, clima.

Traulux DS para gestión de espacios

Dentro del apartado empresarial, Traulux incluye un módulo de reservas de espacios o meeting room. Controla todo desde un solo lugar, con posibilidad de uso independiente, en pantallas de formato pequeño, o en conjunto con la cartelería digital, Traulux DS.

CONSULTA EL WEBINAR CON TODA LA INFO:
"Nuevas funcionalidades software para cartelería digital TrauluxDS"... Míralo ahora en charmexacademy.net >>

¿Tienes dudas? ¿Hablamos?
Escríbenos a info@traulux.net

traulux by **ch Charmex**
AV TECHNOLOGY

Visita nuestras redes sociales
Charmex Internacional s.a



Exclusive Networks registra un crecimiento del 8% ayudado por su foco en ciberseguridad

Exclusive Networks ha presentado sus resultados financieros de 2020, un año en el que, a pesar de las difíciles condiciones comerciales, el mayorista alcanzó los 2.600 millones de euros de ingresos anuales. La compañía mantiene así su dinámica de desarrollo con un notable crecimiento orgánico de ventas del 8%, junto con la expansión de su huella global y de su base de competencias gracias a tres adquisiciones estratégicas.

“A pesar de toda la incertidumbre y las dificultades de 2020, ha sido un año de resistencia, determinación y sólidos resultados para Exclusive Networks. Este fantástico rendimiento también ha sido posible gracias a nuestra increíble y extremadamente comprometida plantilla en todo el mundo, y a nuestros socios y clientes que han estado a la altura



Jesper Trolle, CEO de Exclusive Networks

del desafío del “business-as-unusual”, asegura Jesper Trolle, CEO de Exclusive Networks. “No me cabe duda de que nuestra herencia y especialización en ciberseguridad ha sido un factor clave en nuestro éxito durante este periodo, por lo que tiene una influencia tan profunda en nuestros próximos pasos como empresa. Nuestra visión es la de un mundo totalmente seguro para todas las personas y organizaciones, y tenemos la misión de hacerlo realidad. Como especialistas en infraestructuras digitales de confianza, estamos en una posición ideal para ayudar a nuestros socios a aprovechar las numerosas e importantes oportunidades que se presentan”.

FACTORES DE CRECIMIENTO

Exclusive registró un fuerte crecimiento orgánico en múltiples regiones, favo-

El mayorista superó la media del mercado, alcanzando los 2.600 millones de euros de ingresos anuales. A pesar de la pandemia, Exclusive amplió su presencia geográfica con nuevas adquisiciones, lanzó su plataforma digital X-OD bajo demanda, y sentó las bases para ejecutar su nueva visión como especialista en infraestructuras digitales de confianza.

recido por el incremento del peso de los servicios dentro de los ingresos totales en muchas regiones afectadas por las limitaciones de la COVID. El buen rendimiento tanto de los nuevos proveedores emergentes como de los tradicionales; el mayor impulso del mercado entre los proveedores "principales", con tasas de crecimiento superiores a las del mercado; y la ampliación del porfolio con 17 nuevos proveedores y un mayor alcance geográfico de los mismos, han contribuido al récord de ventas e ingresos operativos del mayorista.

El año 2020 también ha sido testigo de la digitalización de las operaciones de back-office de Exclusive Networks y del lanzamiento de X-OD, su plataforma de entrega bajo demanda basada en un modelo de suscripción para soluciones de proveedores y servicios profesionales, que aceleró el rápido crecimiento de los



ingresos recurrentes por suscripción. Asimismo, se sentaron las bases para ejecutar su nueva visión de cara a 2021 como especialista mundial en infraestructuras digitales de confianza.

"A pesar de los desafíos de 2020, nuestro ADN disruptivo nos permitió adaptarnos rápidamente a la 'próxima normalidad', continuando la ejecución de nuestros planes, expandiendo nuestra presencia local en todo el mundo, impulsando nuevas innovaciones digitales y atrayendo más talento de alto nivel a nuestras filas", explica Andy Travers, EVP Sales and Marketing de Exclusive Networks.

El buen rendimiento de los proveedores, el mayor impulso del mercado entre los fabricantes "principales" y la ampliación del porfolio han contribuido al récord de ventas

Para Travers, "la oportunidad de avanzar es significativa. Exclusive Networks está idealmente situada en el centro de una tormenta perfecta: el enfoque acelerado hacia la Transformación Digital; la veloz adopción de la nube y el trabajo distribuido; y una mayor dependencia de la seguridad y la integridad, nos sitúan en una coyuntura de gran oportunidad. Junto a nuestros proveedores líderes y socios de confianza, nuestra visión de 'el servicio primero' y nuestra continua innovación digital, nos comprometemos a garantizar que nuestros socios van a seguir siendo relevantes y creando valor en un mundo digitalmente cambiante". ■



MÁS INFORMACIÓN



[Exclusive adquiere Nuaware para acelerar las oportunidades de DevOps de sus socios](#)



[Exclusive Networks anuncia la disponibilidad de su plataforma X-OD en España](#)



[Exclusive Networks pretende revolucionar la distribución TIC con su nuevo modelo de suscripción](#)



ESPAÑA EN LA ERA POST-COVID

La COVID-19 ha trastocado la vida de empresas y ciudadanos que ven con incertidumbre el futuro. A la preocupación sanitaria se le unen unas previsiones económicas, y de desempleo, nada esperanzadoras. Descubre en este IT Research cuáles son las principales previsiones para España y cuál es el papel que va a jugar la tecnología en la recuperación a través de más de 40 gráficos, divididos en seis bloques, y las opiniones de diversos analistas del sector.



MCR y su apuesta por la industria del videojuego

El sector del videojuego está vi- viendo una verdadera Edad de Oro. Con una facturación mundial que alcanzaba ya los 122.500 millones de euros en 2018, se estima que en 2020 ha superado los 200.000 millones. Se trata de una industria muy afianzada, de grandes crecimientos sostenidos en el tiempo, que partía, en el momento de la pandemia, de unas excelentes perspectivas, pero que ha sabido superar todas las previsiones y disparar su potencial en estos últimos meses, quizá, como ninguna otra industria.

Ahora, muchos se preguntarán si la industria del videojuego seguirá estando entre los grandes actores del mercado también en este 2021 y si se ampliará aún más ese abanico de oportunidades de cross-selling que ha ofrecido y ofrece a la industria TI en general. Desde MCR anticipan que sí, que el mercado del videojuego y todo lo que mueve a su alrededor vive un momento imparable en España

que va a mantenerse en el tiempo, y que va a permitir que sectores afines dentro del mercado tecnológico sigan incrementando su facturación hasta alcanzar un 2021 de récord.

En el caso de MCR, como mayorista nacional especializado en el mercado del ga-

ming, las previsiones son extraordinarias. "Nuestro posicionamiento en el mercado nos ha permitido ser testigo de cómo el canal de distribución TI en España ha vivido un año 2020 muy complejo y convulso, pero en el que precisamente la industria del videojuego ha sido uno de los



La oferta de productos de gaming de MCR ha disparado sus ventas en 2020, lo que es un fiel reflejo del crecimiento experimentado por la industria en España. "Muchos de nuestros dealers han compensado el retroceso en ventas experimentado en otros ámbitos gracias a la industria del videojuego", afirma Pedro Quiroga, CEO del mayorista.

grandes salvavidas a los que ha podido agarrarse. Muchos de nuestros dealers han compensado el retroceso en ventas experimentado en otros ámbitos gracias a la industria del videojuego”, asegura Pedro Quiroga, CEO de MCR.

PRODUCTOS DE ALTA GAMA

Otro detalle crucial es que la propia industria del videojuego ha actuado como un revulsivo a la hora de impulsar productos de alta gama. Ahora las gamas superiores son demandadas por perfiles de usuario que antes eran impensables, y este incremento en el nivel de exigencia del usuario ha repercutido directamente en equipos, periféricos y accesorios, cuya facturación ha aumentado no sólo en cantidad, sino también en calidad, todo debido al impulso del mundo de los videojuegos.

La oferta de productos de gaming de MCR, que ha disparado sus ventas en 2020, lo que es un fiel reflejo del crecimiento experimentado por la industria en España, abarca todo el espectro de productos disponibles, desde PCs, mini-PCs y portátiles, hasta periféricos tradicionales como altavoces, ratones, teclados o alfombrillas, así como accesorios para potenciar la experiencia de usuario, tales como equipos multimedia, sillas, guantes, gafas, cascos o auriculares



inalámbricos, entre otros muchos, y esta tendencia espera mantenerse de cara a 2021 y en adelante.

“Muchos expertos de la industria hablan ya del imparable crecimiento de los juegos para móviles, de las nuevas posibilidades que se abren con 5G o del auge de los eSports como algunas de las tendencias para la industria del videojuego en 2021 y 2022. Desde MCR, como mayorista de referencia en España, seguiremos apostando por esta industria como hasta ahora, ampliando nuestro catálogo para respaldar las nuevas tendencias y cubriendo cualquier necesidad para los gamers”, añade Quiroga.

Asimismo, de cara a 2021, MCR seguirá apostando por realizar eventos, webinars, encuentros especiales con el sector del gaming, a fin de buscar un punto de encuentro con el canal de distribución de gaming, con el canal tradicional de tecnologías de la información en general, así como con fabricantes, usuarios y aficionados, consultoras independientes, influencers o expertos de la industria. ■



MÁS INFORMACIÓN



[MCR refuerza su catálogo con las marcas de gaming y ofimática de Biomag](#)



[El mercado de PCs para gaming crecerá un 25% en EMEA en el cuarto trimestre](#)



[MCR Connect Gaming Live! analiza la evolución del sector del gaming](#)

Crecimiento sostenido de AB Materials

A pesar de operar en un sector muy castigado por la pandemia, AB Materials ha anunciado que durante 2020 ha consolidado su posición en el mercado con un crecimiento sostenido a nivel de facturación, acompañado de importantes mejoras en el servicio logístico, nuevo catálogo general para 2021, refuerzo en el servicio de atención al cliente y apoyo al distribuidor.

La división de material de oficina de MCR ha desarrollado durante 2020 un plan de optimización de servicios aplicado a las áreas de logística, servicio al cliente y nuevos catálogos de productos. Las nuevas implementaciones a nivel logístico se han traducido en una ampliación de la automatización de su almacén acompañado de mejoras en la preparación de pedi-

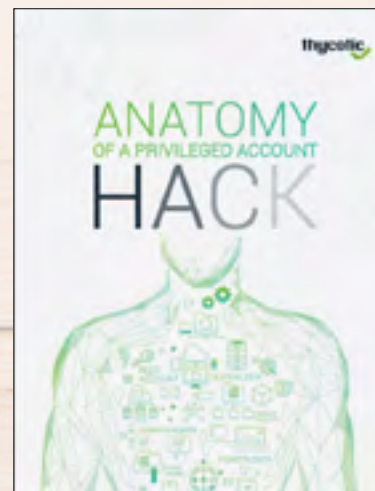
dos, así como una mayor flexibilidad en la venta por unidades en más de 5.000 referencias. En el apartado de servicio al cliente, se ha reforzado el equipo humano de atención comercial con nuevas incorporaciones y se han mejorado los procesos para realizar las gestiones más habituales de un modo más rápido, cómodo y sencillo para el distribuidor.

La documentación TIC, a un solo clic



Anatomía del ataque a una cuenta privilegiada

Este documento técnico realizado por Thycotic describe un ataque a una cuenta privilegiada; explica cómo los atacantes externos o los internos malintencionados pueden explotar las vulnerabilidades utilizando ejemplos como la contraseña de una cuenta de correo electrónico comprometida que se convierte en una violación total de la seguridad de la red.



7 consejos para proteger los datos de tu empresa y vencer al ransomware

La pérdida de datos no es una broma. Los ataques de ransomware y malware van en aumento, pero ése no es el único riesgo. Con demasiada frecuencia, las empresas piensan que sus datos están bien respaldados, pero en realidad no lo están. Este documento de Commvault muestra siete razones comunes por las que las empresas pierden datos, a menudo porque nunca estuvieron realmente protegidos, junto con consejos para ayudarte a evitar que te ocurra lo mismo.



Cloud Migration: Apuesta por el futuro de tu organización en la nube

En tiempos de incertidumbre, la migración a cloud supone una ventaja organizacional al obtener una mayor funcionalidad, escalabilidad y flexibilidad, además de accesibilidad en cualquier momento y lugar. Este documento de Making Science recoge las principales ventajas de la migración a la nube, ejemplos de migración y las capacidades que ofrece Google Cloud a las organizaciones.



Guía para implementar una CDN moderna

Este documento de Fastly señala la evolución de la relación de los desarrolladores con la CDN (Red de Distribución de Contenidos) y explica por qué las CDNs tradicionales están obsoletas. El texto también detalla los beneficios que pueden aportar las CDNs modernas, que van desde una mejor visibilidad de los patrones de tráfico hasta el diseño de APIs que potencian una experiencia de usuario personalizada.



Maverick AV refuerza su propuesta en torno a los nuevos modelos de teletrabajo

Marzo ha sido un mes intenso para Maverick AV Solutions. El mayorista perteneciente al grupo Tech Data ha incrementado su propuesta relativa a los nuevos modelos de teletrabajo.

Por un lado, la compañía acaba de incorporar a su oferta actual las soluciones de vídeo colaboración personal de Logitech, complementarias a las soluciones de vídeo colaboración para salas de reunión del fabricante, ya presentes en el porfolio del mayorista desde su comercialización.

Estas nuevas soluciones incluyen sistemas de vídeo personales, como webcams con resolución de hasta 4K, auriculares profesionales wireless o cableados para la mejor experiencia de audio, tanto en casa como en las oficinas open space. Dentro de esta gama de soluciones destaca la Logitech Brio, una cámara web empresarial con tecnologías RightLight 3 y HDR (rango

dinámico alto), que se ajustan automáticamente para que pueda ofrecer una imagen estupenda en cualquier entorno luminoso; y los auriculares Logitech Zone Wireless, con micrófono Bluetooth, diseñados para simplificar la comunicación y favorecer la concentración incluso en espacios de trabajo ajetreados, gracias a su tecnología de cancelación de ruido. Las soluciones vídeo y audio de Logitech para la colaboración personal también están disponibles en kit para ofrecer soluciones completas con un ahorro considerable respecto a la compra de los elementos por separado.

BOSE PROFESSIONAL

Por otro lado, Maverick AV ha anunciado un nuevo acuerdo de distribución con Bose Professional, que se centrará inicialmente en la distribución de Bose Videobar VB1, un dispositivo de vídeo colaboración todo en uno que lleva a las salas de reuniones una gran experiencia de audio y vídeo. Con un diseño elegante y de pequeño formato, Bose Videobar VB1 cuenta con seis micrófonos de haz que se centran automá-

ticamente en las voces de la sala y rechazan el ruido, eliminando las distracciones durante las reuniones. La conectividad es muy sencilla, a través de un único cable USB o un dispositivo inalámbrico Bluetooth, y la cámara 4K ultra-HD con encuadre automático permite que todos vean y entiendan al presentador y se sientan como si estuvieran juntos en la misma sala. Este dispositivo está homologado por Microsoft Teams para optimizar la experiencia en las reuniones de vídeo a través de esta plataforma colaborativa.

“Bose es un fabricante muy respetado y este producto les permite ofrecer a los espacios de reunión su reconocida calidad de audio además de una gran experiencia de vídeo”, apunta Carlos Bertrand, director de Maverick AV Solutions, Tech Data Iberia. “Este es un producto de gran atractivo y su diseño minimalista y su configuración plug and play lo harán sin duda muy popular. Estamos encantados de poder apoyar a Bose a satisfacer la demanda en el canal y de trabajar con nuestros distribuidores para introducirlo en el mercado europeo”. ■

El mayorista ha incorporado durante el mes de marzo las soluciones de vídeo para trabajo híbrido de Logitech, así como el porfolio de smart meeting de Bose.



MÁS INFORMACIÓN

[Context distingue a Maverick AV Solutions como Distribuidor AV del Año 2020](#)

[Tech Data nombra a Joan Aixa director europeo de Smart Signage de Maverick Solutions](#)

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



Charmex potencia su propuesta de soluciones de videoproyección con Epson

Con la distribución de las soluciones ProDisplay del fabricante, Charmex pasa a engrosar el canal mayorista de Epson en una clara apuesta por aportar todo el valor de la tecnología 3LCD con fuente de luz láser a sectores clave como los eventos, el digital signage, la educación o integraciones de alto valor en instalaciones fijas.

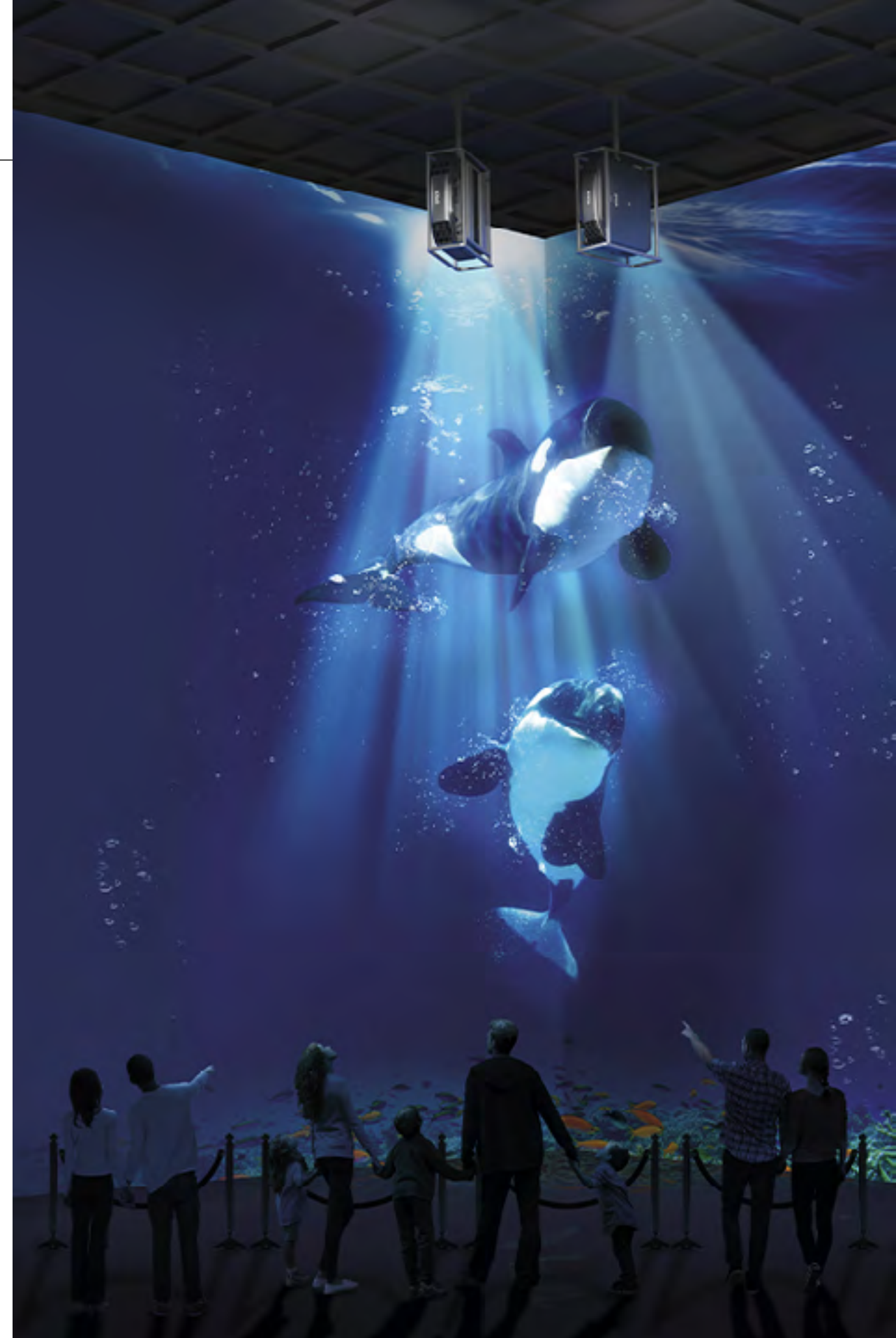
Epson Ibérica y Charmex Internacional anuncian un acuerdo que permitirá al distribuidor de soluciones de alto valor para el sector comercializar las soluciones de videoproyección ProDisplay de la marca. Con este acuerdo, Charmex completa su catálogo de soluciones ProAV, con la tecnología avanzada en videoproyección de alta luminosidad de Epson, que está revolucionando el sector de las experiencias inmersivas y el digital signage.

Charmex pasará a distribuir las gamas de más de 6.000 lúmenes de la firma japonesa, con especial protagonismo de

las soluciones con fuente de luz láser, que suponen una clara disrupción para el sector, aumentando la autonomía y ciclo de vida de los productos y reduciendo considerablemente la necesidad de mantenimiento, mientras consolida la mejor calidad de imagen gracias a la tecnología 3LCD propia de Epson.

INCREMENTANDO PORFOLIO

De esta manera, Charmex pasa a engrosar el canal mayorista de Epson en una clara apuesta por aportar todo el valor de la tecnología 3LCD con fuente de luz láser a sectores clave como los eventos, el digital



signage, la educación o integraciones de alto valor en instalaciones fijas. Según Santiago Verdú, Director General de Charmex, "estamos comprometidos con brindar cada día más opciones de calidad a nuestros distribuidores y sus clientes. La inclusión de un partner como Epson en las soluciones de Charmex nos permitirá tener un abanico aún más variado con equipos líderes en el mercado, con una compañía que se centra en impulsar la innovación y el desarrollo tecnológico en un área en evolución, y orientada al proyecto de valor donde poder superar las expectativas de los usuarios".

Para Jordi Pallicera, director de la división ProDisplay de Epson Ibérica, el acuerdo con Charmex "viene a reforzar el trabajo realizado desde la división ProDisplays, consolidado ya por grandes proyectos y el liderazgo en cuota de mercado de este segmento de videoproyección. Estamos convencidos de que la profesionalidad, calidad de servicio y amplia trayectoria de Charmex ayudará a alcanzar grandes resultados y, lo que es más importante, permitirá a sus clientes disfrutar de la excelente calidad e integración de nuestra gama de proyectores de alta luminosidad". ■



Consolidación en el mercado

La noticia llega en un momento de clara consolidación de Epson como líder global en soluciones de videoproyección de alta luminosidad, tras una irrupción vertiginosa en este segmento que cuenta con apenas cuatro años de trayectoria.

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



MÁS INFORMACIÓN

- [Charmex y LG se alían para la comercialización de soluciones audiovisuales B2B](#)
- [Charmex distribuirá las soluciones de video y audio de Roland ProAV](#)
- [Charmex facilita al canal el acceso a sus soluciones de videoconferencia](#)



ESPAÑA EN LA ERA POST-COVID

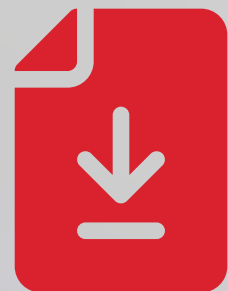
La COVID-19 ha trastocado la vida de empresas y ciudadanos que ven con incertidumbre el futuro. A la preocupación sanitaria se le unen unas previsiones económicas, y de desempleo, nada esperanzadoras. Descubre en este IT Research cuáles son las principales previsiones para España y cuál es el papel que va a jugar la tecnología en la recuperación a través de más de 40 gráficos, divididos en seis bloques, y las opiniones de diversos analistas del sector.



HACIA LA EMPRESA HIPERINTELIGENTE

PATROCINADO POR

MicroStrategy



Descarga este
documento ejecutivo de

it RESEARCH

Los países europeos invertirán gran parte de los fondos NextGen EU en TIC

Si 2020 fue el año de la pandemia, y todas las empresas tuvieron que enfrentarse a la crisis y poner en marcha las iniciativas de respuesta y resiliencia, 2021 es el año de la recuperación, desde el punto de vista médico y económico. Todo el mundo está esperando vacunas y planes nacionales de recuperación económica, aprovechando también el apoyo masivo proporcionado por la Unión Europea a través de los fondos Next Generation EU.

NextGen EU es un instrumento de recuperación excepcional de 750.000 millones de euros que permitirá a la Comisión recaudar fondos en el mercado de capitales para ayudar a reparar los daños económicos y sociales inmediatos causados por la pandemia. La pieza central de Next Generation EU es el Fondo de Recuperación y Resiliencia, con 672.500 millones de euros en préstamos y subvenciones disponibles para apoyar las reformas e inversiones emprendidas por los países de la UE.

Los Estados miembros están trabajando en sus planes de recuperación y

resiliencia para acceder a los fondos con el objetivo de mitigar el impacto económico y social de la pandemia y hacer que las economías y sociedades europeas sean más sostenibles, resilientes y mejor preparadas para los desafíos y oportunidades de las transiciones verdes y digitales. Para recibir el apoyo del Fondo de Recuperación y Resiliencia, los Estados miembros deben preparar planes nacionales de recuperación y resiliencia, presentando sus planes antes del 30 de abril de 2021, y las reformas e inversiones deberían aplicarse para 2026.

IDC analizó los planes de recuperación en Europa, y cómo los Estados miembros asignaron sus presupuestos a áreas de inversiones destacadas. Las áreas que tienen un impacto importante en el gasto de TI deben:

1 Apoyar la transición ecológica: Al menos el 37% de los recursos deberían contribuir a las acciones climáticas y a la sostenibilidad ambiental.

2 Fomentar la transformación digital: Al menos el 20% de los recursos deberían contribuir a la transición digital de la UE. "IDC espera que una gran proporción de los planes nacionales de recuperación y resiliencia –entre el 20% y el 35% dependiendo del país– se gaste en TIC para 2025", afirma Carla La Croce, analista senior de investigación de European Customer Insights & Analysis. IDC estima que los planes nacionales de recuperación y resiliencia darán lugar a inversiones digitales europeas por valor de aproximadamente 150.000 millones de euros en los próximos 5 años. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Presentación Foro CPP_Fondos NextGenerationEU](#)



[Fondos NextGenEU para modernizar las AA.PP.](#)
[¿Qué sabemos hasta ahora?](#)

Las áreas que centralizarán el gasto deben apoyar la transición ecológica y fomentar la transformación digital. Según IDC, al menos el 37% de los recursos deberían contribuir a las acciones climáticas y a la sostenibilidad ambiental, y al menos el 20% de los recursos deberían contribuir a la transición digital de la UE.

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



Los CEO miran a la tecnología como imperativo para la transformación del negocio

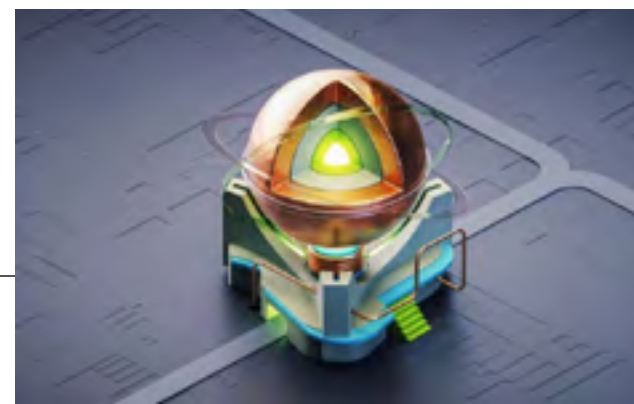
La pandemia de la COVID-19 y sus consecuencias en la economía y las empresas han dejado muchos aprendizajes, pero tal vez el más importante en materia corporativa es el de acelerar en la verdadera transformación del negocio con la tecnología como estandarte. La duodécima edición del informe Tech Trends, elaborado por la consultora Deloitte, identifica las nueve tendencias estratégicas que proporcionarán una ventaja en medio de un escenario de incertidumbre.

Según el estudio, 7 de cada 10 ejecutivos califican el crecimiento disruptivo como fundamental para el éxito de sus com-

pañías, pero solo el 13% confía en que su organización pueda cumplir con esa prioridad estratégica. Asimismo, el 40% de los CEOs señalan que el CIO constituye el impulsor clave de la estrategia empresarial dentro de la organización. "A medida que los altos mandos de la compañía ven a la tecnología como un imperativo para activar la oportunidad estratégica, los líderes pioneros en IT están adoptando enfoques diferentes, tecnologías y casos de negocio para revitalizar los activos fundamentales de la empresa", sostiene Óscar Rozalén, socio de Consultoría Tecnológica de Deloitte España.

El informe identifica las principales macro-tendencias que impulsarán la transformación de las empresas en los próximos años:

1 REVITALIZACIÓN DEL CORE. La modernización del 'core' del negocio es sobre todo un proceso de grandes costes, pero en un escenario de alta volatilidad y de incertidumbre, estas inversiones



El 40% de los CEOs señalan que el CIO constituye el impulsor clave de la estrategia empresarial dentro de la organización. Desde estrategia corporativa enfocada en tecnología, modernización y automatización, pasando por optimización y machine learning, son varias de las macro-tendencias que impulsarán la transformación de las empresas.

deben asumirse con cautela e inteligencia. Ante este panorama, es más importante que nunca fortalecer la esencia del negocio y adaptarla para que asimile las nuevas capas de transformación digital. Por ejemplo, sobre la reingeniería de procesos, se puede abrir la vista a la posibilidad de utilizar plataformas de terceros que ofrezcan modernización e innovación con un sano equilibrio frente a la inversión.



2 MLOPS: INTELIGENCIA ARTIFICIAL INDUSTRIALIZADA. De la Inteligencia Artificial se debe pasar a los procesos de MLops que implican la aplicación de enfoques de la metodología DevOps dentro de los procesos de la organización, lo que puede fomentar la experimentación y la automatización inteligente dentro de las compañías. La sofisticación del Machine Learning genera ventajas competitivas para las empresas, pues re-

vela eficiencias, hace predicciones sobre procesos operativos y, en consecuencia, mejora el desempeño de la compañía.



3 REVOLUCIÓN DEL DATO. Durante los últimos años, los principales desarrolladores de IA se han dado cuenta de que la infraestructura y los modelos creados hasta ahora tienen como objetivo dotar de herramientas a los humanos para tomar mejores decisiones. Pero la tendencia más reciente apunta a que se deben crear tecnologías de extremo a extremo en las que solo intervengan las máquinas. Esto implica una revolución en la forma de pensar el MLops y su implementación en las empresas, ya que generará procesos en los que son solo las máquinas las que escalan las decisiones, las toman en tiempo real e identifican posibilidades de mejora.



4 CONFIANZA CERO. El inesperado impulso que han tenido los dispositivos inteligentes en los últimos años, la adopción del 5G en nuestra vida cotidiana, la implementación del Edge Computing en las empresas y la expansión de las tecnologías como el Machine Learning y la IA, abren posibilidades de negocio, y al mismo tiempo un sinfín de riesgos de seguridad. Esto ha derivado en la necesidad de innovar en materia de ciberseguridad, con modelos como los de confianza cero, donde las solicitudes de acceso se validan desde todos los puntos de datos, incluyendo la identidad del usuario, el código del dispositivo, su ubicación y muchas más variables.



5 REPLANTEAR EL LUGAR DE TRABAJO DIGITAL. Optimizar la productividad individual y de los equipos en un entorno mayoritariamente digital es



ESPAÑA EN LA ERA POST-COVID

La COVID-19 ha trastocado la vida de empresas y ciudadanos que ven con incertidumbre el futuro. A la preocupación sanitaria se le unen unas previsiones económicas, y de desempleo, nada esperanzadoras. Descubre en este IT Research cuáles son las principales previsiones para España y cuál es el papel que va a jugar la tecnología en la recuperación a través de más de 40 gráficos, divididos en seis bloques, y las opiniones de diversos analistas del sector.

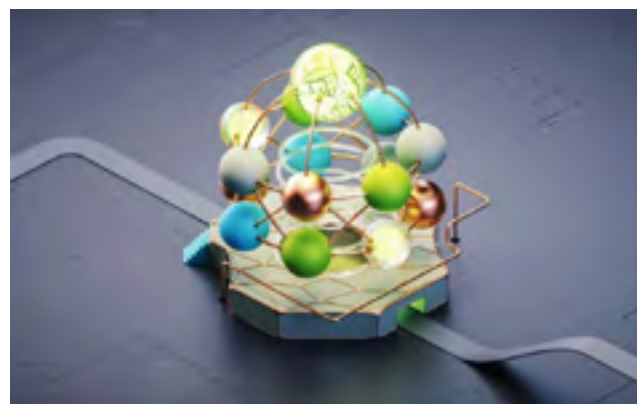


un reto sin precedentes. Las organizaciones están optando por nuevas estrategias para crear una experiencia diferencial y potenciar el compromiso dentro de la compañía. La oficina como la conocemos dará el paso a los centros de colaboración, donde las reuniones se harán para innovar y mejorar la experiencia de los empleados.



6 TECNOLOGÍA Y ESTRATEGIA. La distinción entre estrategia corporativa y estrategia tecnológica es cada vez menor, se necesitan la una a la otra para generar una ventaja competitiva real en las empresas. Sin embargo, un escenario tan cambiante como el actual y un abanico de oportunidades tecnológicas casi ilimitado hacen que los directivos necesiten ayuda. En este caso, los sistemas de monitorización, análisis avanzado con automatización, machine learning e inteligencia artificial entran en escena y

son aliados en el momento de identificar tendencias de negocio que clarifiquen el mapa de oportunidades y lo decanten por las más eficientes para cada industria.



7 CADENA DE SUMINISTRO, DESENCADENADA. La idea tradicional de las cadenas de valor está cambiando, la obligada digitalización a la que se han visto sometidas algunas industrias como resultado de la crisis provocada por la COVID-19 ha abierto un escenario novedoso para entender los procesos de costes durante la producción en las empresas. Desde Deloitte ven cómo el centro de costes (generado dentro de una cadena de valor) se puede convertir en un impulsor de valor añadido.

8 LO DIGITAL SE UNE A LO FÍSICO. En 2020 la virtualización de la cotidianidad fue evidente. En los próximos 18 a 24 meses, las tendencias



apuntan a borrar la línea divisoria entre las experiencias virtuales y presenciales, para dar paso a una integración de las mismas, que deberá configurar el diseño de los productos y los servicios, un traje hecho a medida del consumidor.



9 TECNOLOGÍA DEI: HERRAMIENTAS PARA LA IGUALDAD. Dentro de los estándares de sostenibilidad, los componentes de equidad, diversidad e inclusión despiertan con fuerza. Sin embargo, las tendencias apuntan al fortalecimiento de estas dimensiones en la empresa, pero con ayuda de la tecnología. La analítica de datos, la automatización y la implementación de la inteligencia artificial en las empresas entrarán a jugar un papel clave dentro de la medición de estos intangibles. ■

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



MÁS INFORMACIÓN

[El 96% de las empresas espera mejorar los entornos de trabajo con tecnología inteligente](#)

[El 44% de las empresas europeas posee tecnología obsoleta en su infraestructura TI](#)

[El gasto en tecnología en España para 2021 rozará los 45.300 millones](#)



En Maverick AV Solutions sabemos mucho de **Smart Meeting**

(entre otras cosas)

- ✓ **Asesoramiento**
- ✓ **Soluciones completas**
- ✓ **Fabricantes líderes**
- ✓ **Servicios financieros**

**EN ESTAS PÁGINAS TE LO
EXPLICAMOS TODO**



Tech Data[®]

Maverick AV Solutions

El gasto de las Administraciones Públicas en TI crecerá un 5% a nivel mundial

Se pronostica que el gasto en TI por parte del sector público a nivel mundial alcanzará los 483.000 millones de dólares en 2021, lo que representa un aumento del 5,1% respecto a 2020, según el último pronóstico de Gartner.

En 2021, los presupuestos gubernamentales continuarán abordando las necesidades de recuperación y crecimiento de las comunidades y empresas. Además, se priorizarán las inversiones para abordar la equidad digital y el acceso a servicios gubernamentales remotos.

“Las organizaciones gubernamentales continúan afrontando el desafío de responder y recuperarse de la pandemia del COVID-19”, señala Irma Fabular, directora senior de investigación de Gartner. “Las medidas de salud pública y seguridad, incluida la vacunación de los ciudadanos, son de suma importancia, lo que requiere que los gobiernos continúen acelerando su viaje de transformación digital”.

3 ÁREAS DESPUNTAN

Tres segmentos están en camino de superar el crecimiento general del mercado en 2021: software, dispositivos y servicios TI. El segmento de software, que incluye aplicaciones, infraestructura y software vertical específico, ex-

perimentará el crecimiento más fuerte, cifrado en un 9,2%. “Los gobiernos están innovando a un ritmo más rápido al adoptar soluciones tecnológicas para necesidades operativas y de misión crítica. Estamos viendo un uso innovador de la tecnología y los datos para con-

El segmento de software experimentará el mayor crecimiento, cifrado en un 9,2%, seguido del segmento de dispositivos, que se espera aumente un 5,6%. Los presupuestos gubernamentales continuarán abordando las necesidades de recuperación y crecimiento de las comunidades y empresas, además de priorizar el acceso a servicios gubernamentales remotos.




trolar y responder a la pandemia, así como para brindar asistencia financiera y humanitaria”, apunta Fabular.


A medida que las organizaciones gubernamentales continúan adoptando el trabajo remoto y los servicios públicos hiperconectados, se espera que el gasto en dispositivos crezca un 5,6% en 2021, frente al crecimiento del 1,6% en 2020. Por su parte, los servicios TI crecerán un 5,4% este año, frente a la subida del 4,8% del pasado año.


“La pandemia expuso debilidades en la capacidad de las organizaciones gubernamentales para responder, escalar y asegurar servicios esenciales rápidamente”, explica Irma Fabular. “Las lecciones aprendidas de las respuestas de las

organizaciones gubernamentales brindan el ímpetu para aumentar la resiliencia y construir un futuro más sólido para sus ciudadanos y empresas”. ■

MÁS INFORMACIÓN

 [La inversión pública en TIC cae un 22%, pese a la creciente adquisición de hardware](#)

 [Solo un tercio de las administraciones públicas españolas usa soluciones de IA](#)

 [El confinamiento disparó la demanda de hardware en el sector público](#)



¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



La tecnología, estratégica para 7 de cada 10 entes públicos

La pandemia ha obligado al sector público a tomar las medidas necesarias para impulsar y fomentar el teletrabajo, un modelo muy poco común hasta ahora. Entre las medidas puestas en marcha, destaca una mayor evaluación estratégica de sus modelos cloud. De hecho, según el estudio anual Enterprise Cloud Index Report elaborado por Nutanix, el 82% de los entes públicos mencionan el modelo de nube híbrida como el ideal para hacer frente a la situación actual.

El 43% de los encuestados en el sector público informó de un aumento directo de sus inversiones en la nube pública como resultado directo de la pandemia, ocho puntos más que la media mundial. Esto muestra el esfuerzo de la Administración Pública por instaurar rápidamente el teletrabajo, un modelo que, debido a todas las restricciones con las que convivían en el pasado, les costaba mucho más adoptar que a otras

industrias. Además, la mayoría de las entidades de este sector (80%) tienen previsto mantener el teletrabajo y sólo el 4% prevé volver a su enfoque anterior a la pandemia.

En 2019, el 53% de las instituciones mundiales trabajaron exclusivamente con centros de datos tradicionales, no habilitados para la nube. Sin embargo, en 2020, ese porcentaje se redujo al 22%. Las Administraciones Públicas están optando ahora por invertir en nubes privadas y públicas que se integrarán en un entorno híbrido gestionado de forma conjunta. En los próximos cinco años, el sector público espera un descenso de 20 puntos porcentuales en las instalaciones de centros de datos tradicionales y un aumento sustancial de 43 puntos en las implantaciones de nubes híbridas. Todos los encuestados del sector público citaron la seguridad como un factor importante en la gestión de la nube híbrida.

El mercado de PC crecerá un 8% en 2021 pese a la escasez de componentes

Según las últimas previsiones de Canalys, el mercado mundial de PCs (incluidos tablets) crecerá un 8% en 2021, tras un año de gran éxito para la industria. Se espera que las ventas totales en 2021 alcancen los 496,8 millones de unidades, con todas las categorías disfrutando de crecimiento.

Los atrasos en los pedidos de dispositivos del año pasado están siendo impulsados por la demanda continua de trabajadores y estudiantes que aún se ven afectados por las restricciones de la COVID-19. Pero los problemas de oferta persistirán a lo largo de este año y serán la principal restricción para lograr mayores niveles de crecimiento. Se espera un aumento de ventas del 54% en el primer trimestre y del 7% en el segundo. Los Chromebooks y las tabletas serán puntos brillantes para la industria en 2021, logrando un crecimiento del 30% y 8% respectivamente.

“Tras el boom registrado en 2020, la industria de los PCs crecerá en los próximos

años”, explica el director de investigación de Canalys, Rushabh Doshi. “Los pedidos atrasados y la fuerte demanda actual presentan una gran oportunidad a corto plazo, mientras que la base instalada de usuarios de PCs aumentada muestra importantes oportunidades para futuras actualizaciones. Pero Canalys está adoptando una visión re-

lativamente conservadora, proyectando un crecimiento de un solo dígito para este año y el próximo debido a la incertidumbre en torno al suministro y la distribución”.

LIMITACIONES EN 2021

Componentes cruciales, como pantallas, GPU y otros chips más pequeños que im-

Los Chromebooks y los tablets serán los grandes ganadores de la industria en 2021, con un crecimiento del 30% y del 8%, respectivamente. Canalys prevé que componentes cruciales, como pantallas y GPU, se enfrentarán a restricciones durante gran parte de 2021 y hasta bien entrado 2022, lo que dejará una cantidad significativa de demanda sin satisfacer.



pulsan los componentes internos del PC, se enfrentarán a restricciones durante gran parte de 2021 y hasta bien entrado el 2022, lo que dejará una cantidad significativa de demanda sin satisfacer. La competencia por los componentes de las industrias de la automoción, la fabricación inteligente e IoT inteligente también ejercerá presión sobre los proveedores de PCs, que verán disminuir su prioridad. La logística y el transporte también son un factor limitante para satisfacer la demanda, y los proveedores recurren al transporte aéreo más caro para ayudar a reducir los tiempos de entrega. Si la industria puede superar estos problemas

persistentes, podríamos ver niveles de crecimiento más altos, estima Canals.

“Los Chromebooks y los tablets fueron los grandes ganadores en 2020, y Canals pronostica un futuro prometedor para ambas categorías de productos este año y en el futuro”, señala Ishan Dutt, analista de Canals. “Ambas son alternativas con una buena relación calidad-precio frente a los dispositivos Windows más caros, y atienden a los segmentos desatendidos por Intel. El segmento de educación seguirá siendo un factor clave, ya que los Chromebooks se enfrentan a algunos de los retrasos de pedidos más graves de cualquier categoría de PC”. ■



¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



MÁS INFORMACIÓN



[PCs, tablets y videoconsolas impulsaron el mercado de electrónica de consumo](#)



[El sector educativo y los consumidores disparan las ventas de PCs en EMEA](#)



[Tablets y Chromebooks finalizan 2020 con un crecimiento récord](#)

Oportunidades en el mercado empresarial

Canals también espera que el mercado empresarial amplíe las implementaciones de Chromebooks y tablets. A medida que las economías comienzan a abrirse, la restricción de la interacción de persona a persona sigue siendo importante y los tablets permiten que las tareas simples en el comercio minorista, la hostelería y los viajes se realicen

con mayor facilidad. En los mercados en desarrollo, los tablets Android también serán de particular importancia, ya que respaldan movimientos asépticos hacia la educación digital. Los proveedores con carteras saludables de Chromebooks y tablets estarán en una buena posición para lograr crecimiento en los próximos años.

logitech®

INCRAM[®] MICRO[®]



RALLY BAR

Barra de vídeo todo en uno para salas medianas

[más info](#)



El canal en un mundo de servicios multi-cloud

La realidad cloud ha invadido el mundo TI desde hace unos años y, tras ciertas dudas sobre el impacto que podría haber tenido en el canal de distribución, ha evolucionado hacia una situación, la actual, en la que se ha convertido en un elemento clave en la atención de los resellers hacia sus clientes, o, lo que es lo mismo, en pieza esencial en su modelo de negocio.

Lejos ha quedado también la discusión inicial sobre nube pública o nube privada, porque la realidad es terca y acaba imponiendo sus condiciones, y ahora vemos que estamos integrados en un mundo multi-cloud donde conviven tanto nubes privadas como públicas e, incluso, subes de diferentes proveedores en un mismo cliente, con servicios que se despliegan allá donde es más beneficioso en cada caso, y con una necesidad imperiosa de controlar y gestionar unos activos cada vez más dispersos. Y ahí el papel del canal, de los resellers, debe convertirse en fundamental, asumiendo una posición de liderazgo frente a su cliente y convirtiendo sus complicaciones y necesidades en oportunidades de reforzar su relación con él e incrementar, de paso, su cifra de negocio.

Y en esta realidad, se definen diferentes perfiles entre los resellers, desde los que quieren basar su negocio en la pura venta de servicios sobre la plataforma de terceros, sea ésta cual sea, o aquellos que quieren asumir también la gestión de esta plataforma sobre la que desarrollar estos servicios, ya sean propios o de terceros.

Así las cosas, hemos querido contar con la opinión de destacados expertos para que nos muestren en detalle la situación actual y, sobre todo, los retos y oportunidades que tiene el canal de distribución ante sí para convertirse en esa figura que necesita el mercado, que demandan los clientes y que asegure su futuro.

VIVIR EN LA CLOUD

En primer lugar, quisimos saber en qué papel se sienten más cómodos o se han posicio-

nado los resellers dentro del mundo cloud o, incluso, fuera de él, para los que prefieren mantener una posición más tradicional.

Tal y como señala Alberto Pérez Cuesta, business development director de Exclusive Networks Iberia, "el mercado está cambiando siempre y, en los últimos años, de manera más activa y dinámica, con una variable que ha tenido principal impacto, que es la propia Cloud. La Cloud, además de sus impactos tecnológicos, de modelo de infraestructura, de forma de gestión, o incluso, de cambio de paradigma en todos los aspectos, ha provocado un cambio trascendental en la forma de consumir la tecnología, definiéndolos y acotándolos como servicios, y provocando una tarificación diferente a la tradicional. Por tanto, no creo que nadie haya podido librarse de la Cloud, y solo los aspectos acerca de si vendo servicios 'en la Cloud', 'desde la Cloud'

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



“
La **Cloud**, además de sus impactos tecnológicos, ha supuesto un **cambio en el modelo de infraestructura**, de forma de gestión, o incluso, de paradigma en todos los aspectos”

Alberto Pérez Cuesta, business development director de **Exclusive Networks Iberia**



o 'para la Cloud', son los que han segmentado y diferenciado a los integradores”.

En opinión de Pablo Ruiz-Hidalgo, Spain & Portugal cloud director de Ingram Micro, “el mercado del reseller de software clásico ya no tiene cabida a día de hoy. Hace años los modelos de adquisición software on premise hacían que el cliente final comprara tecnología a futuro en modo CAPEX que en muchos de los casos no llegaba a ser implementada principalmente por un error de planificación, implementación o un mal asesoramiento externo y que por tanto nunca se rentabilizaba/amortizaba. En este modelo existían partners cuyo foco principal era la venta de la tecnología del fabricante con

altos ingresos de facturación y de margen, estos distribuidores dejaban en manos de otros partners de servicios el negocio de la implementación de esta tecnología, desarrollo de soluciones y mantenimiento de las plataformas on premise de los clientes finales. Ambos tipos de partners convivían desconectados en el cliente cada uno trabajando su escenario. El nuevo modelo cloud de pago por uso (OPEX) ha hecho que el cliente adquiera “solo” la tecnología que utiliza, tecnología léase como licencia o derecho de uso pero con la importante diferencia de que para ser adquirida debe ser implementada y más importante “usada”. Esto ha originado que el partner transaccional haya ido adaptando su negocio a la venta de soluciones y

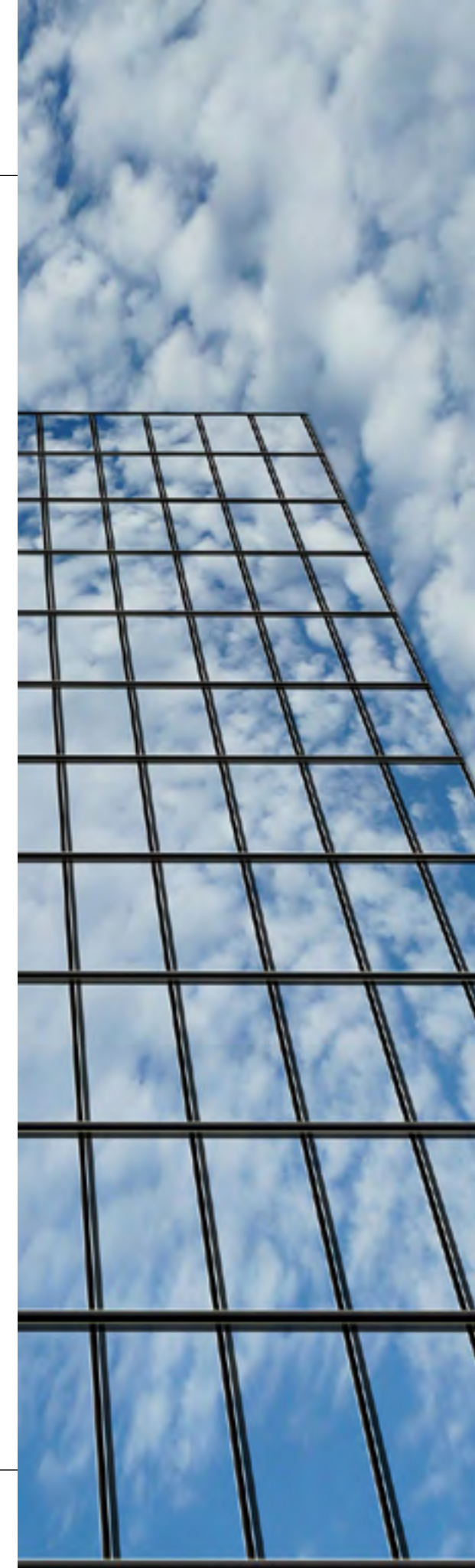
el de soluciones aprenda más de la venta de la licencia. Ambos dos ganan. Eso si siempre y cuando vengan de donde vengan se monten en el rápido tren del negocio Cloud. Según un informe de IDC en 2024 el 90% de las grandes compañías adoptará tecnologías y herramientas multicloud o híbridas. A día de hoy en la gran mayoría de empresas de servicios tecnológicos se habla de cloud, la que no lo haga difícilmente podrá sobrevivir”.

En palabras de Carolina Castillo, directora de partners de Microsoft en España, “el modelo de suscripción ya ha sido totalmente integrado por la red española de partners, una modalidad que, de hecho, ha sido un motor de transformación y de crecimiento para el canal en este último año. La gran mayoría



“
El **partner transaccional** ha ido adaptando su negocio a la **venta de soluciones** y **el de soluciones** ha aprendido más de la **venta de la licencias**”

Pablo Ruiz-Hidalgo,
Spain & Portugal cloud director de **Ingram Micro**



de partners sacan partido del modelo Cloud y, en particular, de una visión híbrida de los sistemas. Actualmente, el número total de partners de Microsoft registrados en España supera los 10.300 y crece a diario. Ellos son los responsables de acompañar a los clientes en su transformación, analizando sus necesidades, proponiendo las mejores soluciones, trabajando en su despliegue, impulsando su aprovechamiento y, en definitiva, poniendo en valor su experiencia y cercanía al negocio. A pesar de las adversidades derivadas del momento que estamos viviendo, nuestros partners en España han demostrado su confianza en el negocio Cloud abrazando la oportunidad de certificarse y liderando con el ejemplo; en los últimos 12

meses se han certificado a 26.958 profesionales en distintas tecnologías Cloud de Microsoft, lo que refleja un incremento del 90% respecto al año anterior. Gracias a ellos, España es el país número 1 de Europa occidental con más profesionales certificados en tecnologías Cloud por delante de Holanda, Suecia e Italia. Además, la oportunidad de negocio es muy atractiva porque según las estimaciones de IDC por cada euro de reventa de licencias de Microsoft, los partners de media consiguen facturar 9,5 euros con sus servicios y activos. Este dato confirma que los partners tienen una herramienta que les permite asegurar ingresos recurrentes y contribuir a la transformación digital de las empresas. En definitiva, creo que hoy en día

la digitalización no se concibe sin una migración a la nube y la adopción de soluciones inteligentes, siempre operativas y conectadas. Las empresas quieren confianza y no correr riesgos. Afortunadamente, desde Microsoft, y con el apoyo de nuestros partners, podemos aportar todo esto, cubriendo las necesidades de cualquier escenario de negocio que se nos presente”.

Según José Luis Martín Zabala, VP indirect sales & accountants de Sage España, “con carácter general, suele depender de su situación estructural, capacidad de transformación y vocación de crecimiento. Asumir un “rol protagonista” en la venta de soluciones cloud supone asumir unas inversiones en recursos, capacitación, certificación y herramientas que muchos de ellos no pueden o quieren acometer. Ante esta situación, y desde nuestro punto de vista, son más hoy los que han asumido un “rol especialista” que un “rol protagonista” dentro de la cadena de suministro de una solución cloud, centrándose en el despliegue e integración de aplicaciones y su adecuación a las necesidades evolutivas de los clientes”.

Desde el punto de vista de Santiago Méndez, director Tech Data Advanced Solutions Iberia, “en 2020, impulsado por la pandemia, el canal dio el salto definitivo a la nube, como lo dejó bien evidente el Informe Chan-



“**El modelo de suscripción ya ha sido totalmente integrado por la red española de partners**”

Carolina Castillo,
directora de Partners
de **Microsoft** en
España



nelWatch 2020 de Context. La aceptación de las soluciones en la nube se iba acelerando poco a poco de forma natural, pero el ritmo aumentó drásticamente en comparación con el año anterior. Desde el punto de vista del canal, eso supuso un importante aumento en el número de resellers que han entrado en este negocio, gracias también al apoyo de mayoristas y fabricantes, ofreciendo soluciones digitales de todo tipo, desde almacenamiento, recuperación, back up y, más recientemente, seguridad, así como XaaS. Las expectativas del mercado mundial para algunos analistas, solo en servicios, es que alcance los 927 millardos de USD para 2027, un crecimiento del 300 por ciento de las estimaciones que había en 2019, y en el que



cada vez tiene mayor presencia la pequeña y mediana industria para las que el canal juega un papel primordial”.

Finaliza Luisa Paolucci, cloud project head en V-Valley, afirmando que “se observa como el canal está enfocando cada día más su oferta al modelo de servicios frente al modelo de producto y se encuentra en la continua búsqueda de su lugar específico en un nuevo ecosistema de canal. Muchas son las empresas que orientan su modelo de negocio a los servicios con el objetivo de cumplir con las necesidades específicas y a la carta de cada uno de sus clientes finales, lo que les hará diferenciarse de la competencia. Cuanto más alto sea el nivel de especialización, más nivel de fidelización conseguirán con su cartera de clientes. Desde nuestro punto de vista, es importante evidenciar que

están emergiendo en el canal, muchísimas figuras como ISV que además destacan por su alto nivel de especialización. Son capaces de abordar proyectos novedosos y cubrir necesidades propias de verticales específicas. Esto es lo que demanda el mercado y el porcentaje de Partners con los que trabajamos a diario, que está orientado a las soluciones cloud como servicio, crece de forma exponencial”.

¿EL ORIGEN DEL RESELLER MARCA SU ORIENTACIÓN DE NEGOCIO?

Mucho se ha hablado de la transformación del modelo de negocio de los resellers tradicionales y de la irrupción de resellers de nueva creación directamente en el mundo cloud. ¿Marca el origen del reseller su orientación de negocio? En opinión de Luisa Paolucci,

“**Son más hoy los que han asumido un ‘rol especialista’ que un ‘rol protagonista’ dentro de la cadena de suministro de una solución cloud, centrándose en el despliegue e integración de aplicaciones**”

José Luis Martín Zabala, VP Indirect Sales & Accountants, Sage España

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



“en la mayoría proviene de la trayectoria que hayan tenido y por lo tanto más relacionado con el perfil histórico de cada empresa pero claramente vemos que los resellers tradicionales se están redefiniendo y están buscando su lugar en este nuevo ecosistema de forma muy rápida y este 2021 será clave para el cambio”.

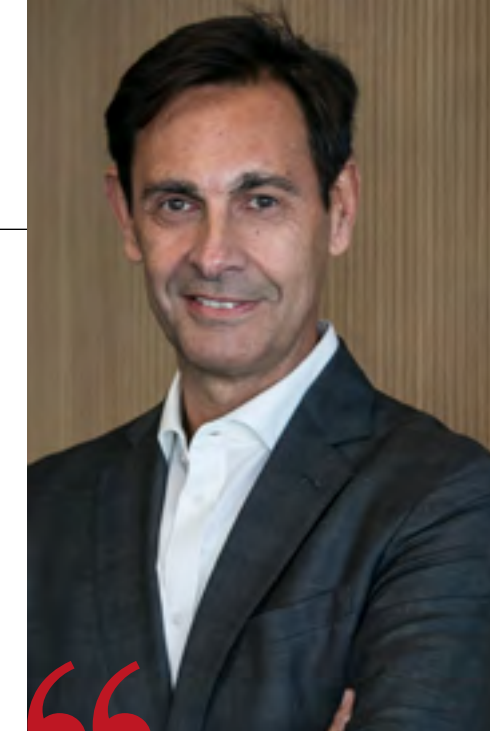
Según Santiago Méndez, “hay soluciones en la nube, como el almacenamiento, la recuperación frente a desastres o el backup, que han tenido grandísimos crecimientos en este año pasado, lo que ha sido origen y resultado del creciente atractivo de la nube. El canal es consciente que debe evolucionar e incluir la nube en su oferta, y desde Tech Data les apoyamos facilitándoles toda la ayuda y acompañándolos en todo el proceso. Es muy complicado dar una cifra de cuántos partners ofrecen un tipo de soluciones u otro. Es cada vez más difícil encontrar partners que se mantienen 100% en el negocio tradicional. Desde Tech Data ponemos a su disposición herramientas como InTouch, nuestro market place, para que puedan incluir la nube en sus ofertas y no pierdan la oportunidad de hacer negocio”.

En palabras de José Luis Martín, “en nuestro caso, la suscripción mensual es algo que prácticamente el 90 % de ellos ya ha interiorizado como modelo de negocio con sus

clientes. Ahora bien, si nos detenemos en cómo despliegan y entregan las soluciones, todavía hay muchos de ellos que siguen haciéndolo en modo tradicional”.

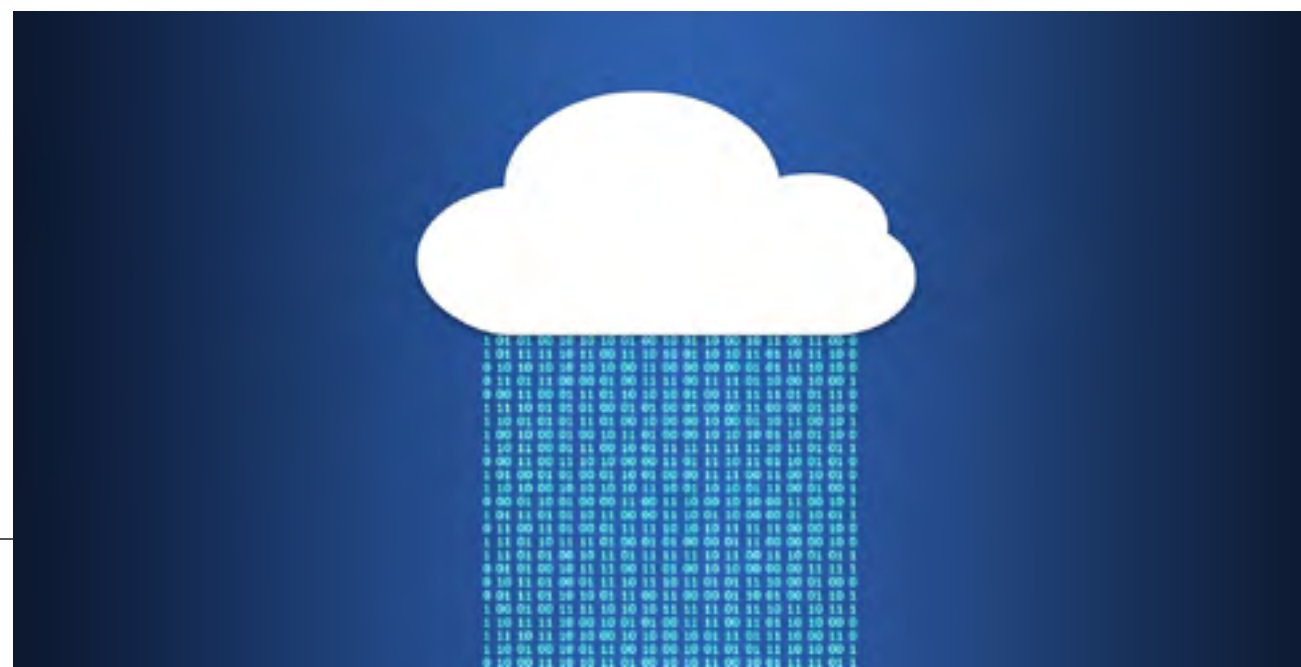
Señala, asimismo, Carolina Castillo, que “hoy, más que nunca, vemos cómo el trabajo conjunto con nuestros partners está dando respuesta a situaciones en las que nuestra tecnología es clave para ayudar en la transformación de los negocios de nuestros clientes y en las que los propios resellers se adaptan al perfil de empresa en cada caso. A esto lo llamamos ‘tech intensity’ (intensidad tecnológica), y todas las organizaciones de cada industria necesitan adoptarla para recuperarse lo más rápido y salir más fuertes de esta crisis. Efectivamente, son muchas las empresas de servicios TIC tradicionales que han pasado de vender exclusivamente proyectos valorados como horas/hombre,

a ofrecer soluciones completas de alto valor incorporando servicios Cloud como un elemento integral de las mismas. El mercado demanda una alta velocidad de implantación y los proyectos de construcción a medida desde cero hace tiempo que han sido relegados por las soluciones adaptables. En este viaje inédito debido al coronavirus hemos visto expuesta toda la economía a tener que ejercitar el músculo de la resiliencia, y nuestro canal ha demostrado esta capacidad en distintas facetas: capacidad de respuesta rápida ante las necesidades del cliente y la sociedad; capacidad de recuperar la continuidad del negocio y dando empoderamiento a los empleados, especialmente en entornos educativos, sanitarios y gubernamentales; y capacidad de reimaginar el negocio. Según un estudio de IDC, para el 2024, 80% de las empresas del mundo transformará sus rela-



“
En 2020,
el canal dio el
salto definitivo
a la nube,
como lo dejó
bien evidente
el Informe
ChannelWatch
2020 de Context”

Santiago Méndez,
director de
Tech Data Advanced
Solutions Iberia



ciones con proveedores, clientes y partners para llevar a cabo una estrategia de negocio centrada en la nube y en la digitalización. En este contexto, es muy esperanzador ver que una de las áreas que se piensa abordar con la ayuda de los fondos europeos del programa Next Generation es la digitalización de las pymes, el tejido empresarial más importante, más diverso y diferenciador de España”.

Finaliza esta ronda Alberto Pérez apuntando que “no disponemos de cifras concretas, pero el cliente ya está demandando mayoritariamente servicios. En este sentido, es el modo de consumir éstos y de implantarlos, lo que realmente delimita la posición del reseller al respecto. De hecho, éste es el principal motivo por el que desde Exclusive nos hemos decidido a transformar el mundo de la distribución TI con el lanzamiento de X-OD, de cara a alinear la manera de adquirir tecnología, con la forma en la que los clientes ahora la consumen”.

Tal y como apunta Santiago Méndez, “está mucho más ligado al perfil de cada empresa en cada caso. La evolución de cada partner es lo que ha hecho que se hayan ido adaptando a las necesidades del mercado y de sus clientes. Necesidades que son muy distintas según el tamaño de la empresa y del negocio. Además, el canal existente disfruta de una relación estrecha, confianza y cono-

cimiento de sus clientes, que le permite ser el mejor orquestador para satisfacer sus necesidades y asesorarles convenientemente”.

Según Alberto Pérez, “tenemos claro que los resellers más ‘jóvenes’ tienden a moverse con más naturalidad en estos entornos y, sobre todo, estos formatos de negocio, pero creo que hay muchas variables que están empujando a los resellers a optar por uno u otro formato. Dichas variables tienen que ver con la madurez tecnológica de su portfolio y sus clientes, con la disponibilidad o no de perfiles especialistas en Cloud Público, la apertura a la integración y a la convivencia con infraestructuras híbridas, a la definición de su oferta en un modo de catálogo de servicios, y a alguna otra condición que habría de detenerme a sopesar”.

“

El canal está enfocando su oferta al modelo de servicios frente al modelo de producto y se encuentra en la continua búsqueda de su lugar específico en un nuevo ecosistema”

Luisa Paolucci, cloud project head en V-Valley

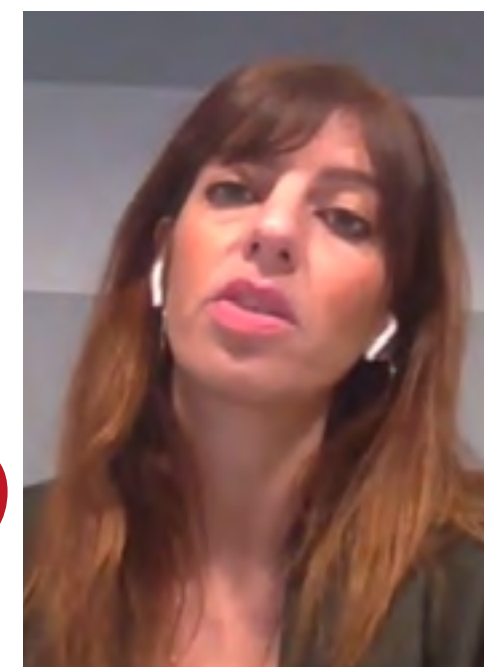
Concluye José Luis Martín afirmando que, sin duda alguna, “hoy por hoy, el perfil de empresa es el factor determinante”.

¿HAY ESPACIO PARA TODOS?

Esta nueva realidad lleva a las empresas a aunar esfuerzos, trabajar juntos, desarrollar proyectos de colaboración... ¿puede llevar esto a más procesos de integración o absorción? ¿Se producirá una concentración de figuras o sigue habiendo espacio para todos?

Pablo Ruiz-Hidalgo señala que “el fácil acceso que ha propiciado la cloud a la tecnología hace que muchos emprendedores se lancen al mercado con proyectos tecnológicos innovadores. ISV con aplicaciones 100% soportadas en cloud, startup que nacen 100% en cloud, empresas focalizadas en tecnologías disruptivas como

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



IA, IOT, Data... En definitiva empresas con un alto conocimiento tecnológico, idea/servicio innovador y/o ventaja competitiva en un sector específico. Si la empresa además es exitosa con el tiempo puede ser tentada por una de las grandes figuras del sector y ser participada, invertida y/o adquirida. Si a día de hoy tienes una idea innovadora y carácter emprendedor el acceso a la tecnología se convertirá en un multiplicador para tu negocio”.

En opinión de José Luis Martín, “creemos que en el medio plazo irán apareciendo figuras diferentes, con una propuesta de valor especializada y 100 % orientada a la nube. Si bien es cierto que, en el corto plazo, su capacidad de colaboración e implicación en asociaciones o clusters de canal será su valor diferencial, y la vía por la que opten la mayoría de los resellers actuales”.

En palabras de Alberto Pérez, “es complicado de saber, pero apuesto personalmente por la convivencia de diferentes figuras. La especialización y el nicho llegan antes a los pequeños resellers más ágiles. Por su parte, los modelos de explotación más eficientes y el poder de escala, los planes estratégicos globales y la disponibilidad de grandes centros de operación, sin embargo, se establecen en los grandes. La colaboración es cada día mayor y seguirá creciendo”.

Añade Luisa Paolucci que “este ecosistema cambia constantemente y estamos viendo cambios muy significativos en ambos sentidos. Si, por un lado, seguimos teniendo fusiones y compras en el mercado, vemos que muchas de ellas son dictadas por la necesidad de la especialización. El mercado demanda cada día más un canal de partners especializados en soluciones y ofertas cloud innovadoras específicas que ayuden a conseguir nuevas oportunidades de negocio. Además, estamos viendo que los proveedores de software están verticalizando su oferta diseñando soluciones adaptadas a cada industria especializando su oferta cloud”.

Según Santiago Méndez, “el mercado tiene espacio para que cohabiten muchos tipos de partner. Habrá grandes jugadores que se concentrarán buscando la eficiencia en el tamaño y buscando así trabajar con las grandes empresas, que se sienten más cómodas tratando con empresas de gran dimensión, pero, al mismo tiempo, vamos a ver como surgen y se consolidan un gran número de partners altamente especializados”.

Finaliza Carolina Castillo indicando que “a raíz del impulso de tech-intensity, se está produciendo una dinámica en la que, por un lado, se incrementan las operaciones de fusión, compra y absorción teniendo en cuenta que hay cada vez más capital/inversores

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



interesados en capturar el potencial de crecimiento de las empresas de tecnología. Al mismo tiempo sigue incrementándose el número de empresas especializadas en tecnologías avanzadas como la Ciberseguridad, IoT, IA y Analítica de Datos. Es difícil predecir el cómputo final en cuanto el número de partners en el canal, pero yo me atrevería a decir que seguirá creciendo de forma significativa en línea con las oportunidades cada vez mayores que existen de crear soluciones y a partir de nuestra plataforma de tecnología”. ■



MÁS INFORMACIÓN



www Mercado de servicios cloud



newline

OPTICAL
BONDING
CERTIFICADO



NAOS IP



La eclosión de la colaboración empresarial y las comunicaciones unificadas, a debate

En este contexto, la colaboración empresarial en formato virtual ha crecido exponencialmente desde el 7% de 2013 y el 14% de 2019 hasta el 77% experimentado en 2020. Mientras tanto, la productividad de los empleados sigue siendo un gran desafío para las organizaciones. A medida que la complejidad del trabajo aumenta exponencialmente, las tasas de productividad media disminuyen en determinados ámbitos.

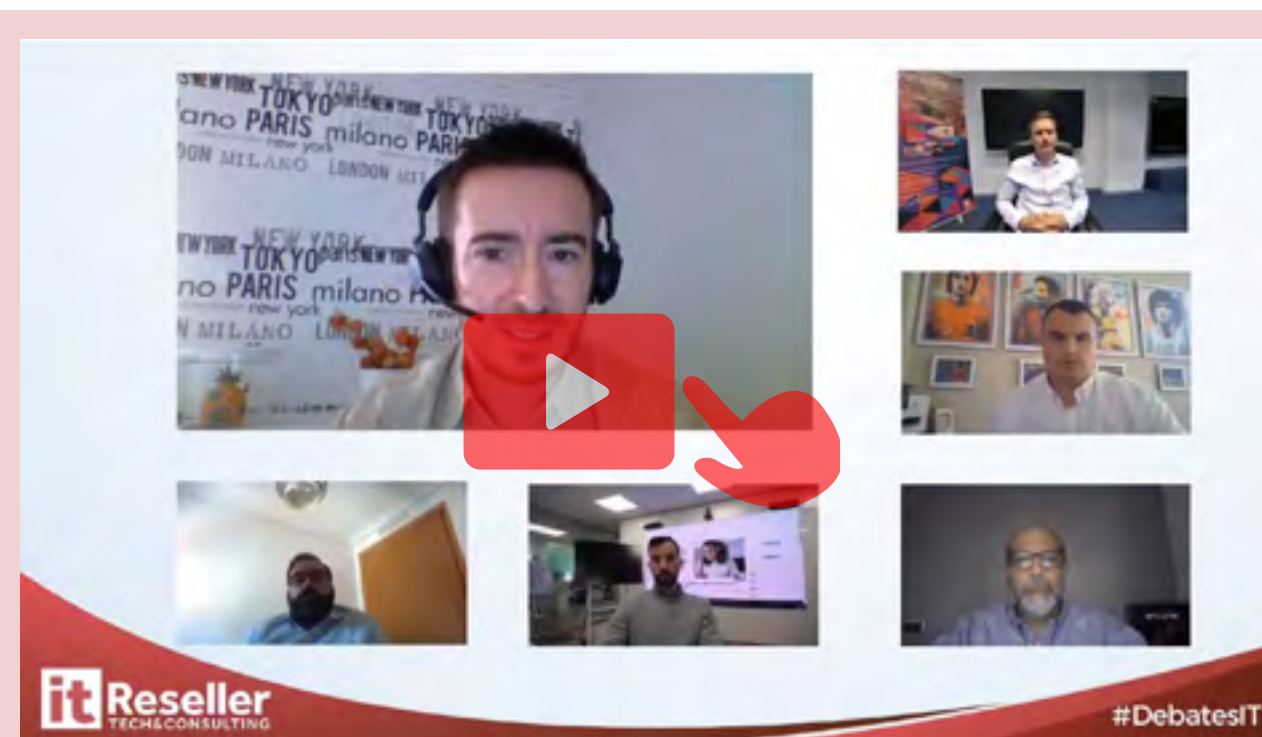
De éstas y otras muchas cuestiones debatimos con Alex Rincón, responsable de ProAV&UCC de Ingram Micro; Daniel Bartolomé, responsable de Smart Meeting de Maverick Tech Data; Enrique Hernández, director comercial B2B PRO de MCR; José María Vicioso, director de desarrollo de negocio de Newline; y Fernando Feliu, director Value Solutions de V-Valley Esprinet.

Inicia el debate Alex Rincón afirmando que “la pandemia ha cambiado muchas cosas, incluyendo nuestra manera de trabajar. Tu- vimos que aprender, de manera forzada, que

íbamos de depender de las tecnologías de comunicaciones, y eso se ha convertido en la nueva normalidad. En estos meses, han surgido y surgen nuevas herramientas y un nuevo ecosistema que nos permite seguir trabajando, y se va a mantener a futuro”.

Por su parte, Daniel Bartolomé señala que “estamos viviendo una convergencia de espacios de trabajo, ya no se reducen a la oficina, sino que ya da lo mismo dónde esté la persona. Hay que apostar por soluciones que fomenten esta colaboración,

La denominada nueva normalidad ha generado la necesidad de un enfoque híbrido del trabajo, en el que la flexibilidad entre el trabajo remoto y el de oficina se erige como una prioridad clave. Y que requiere una arquitectura de oficina flexible, distribuida e interconectada.



LA ECLOSIÓN DE LA COLABORACIÓN EMPRESARIAL Y LAS COMUNICACIONES UNIFICADAS, A DEBATE

y pensamos que, de momento, las salas de reuniones eran el epicentro que concentraba esta actividad, y pensamos que lo que puede ser un desafío para el canal y las empresas, puede convertirse en una nueva oportunidad, ampliando mucho más estas posibilidades de colaboración”.

En opinión de Enrique Hernández, “se ha acelerado un proceso hacia tecnologías que estaban un poco apartadas por ser éste un país más acostumbrado a las relaciones personales. Estamos haciendo y aprendiendo, pero nos queda todavía mucho por hacer para ponernos a la altura de otros países. Eso sí, esta situación ha acelerado la velocidad para llegar al punto en el que estamos ahora”.

En palabras de José María Vicioso, “la pandemia ha traído un cambio radical tanto en la forma de trabajar como cultural. La clave para mantener el ritmo y la productividad son las herramientas y, en general, creo que hemos aprobado, a pesar de las dificultades, en esta evolución radical al trabajo en casa. Ahora el reto es reducir la brecha entre el trabajo de oficina y el remoto, y algunas de las claves son la ergonomía y la optimización de espacios”.

Finaliza esta primera intervención Fernando Feliu apuntando que “ha habido empresas que ya estaban bastante pre-

paradas para el teletrabajo, sobre todo multinacionales o empresas como nosotros, pero el cambio radical ha sido en empresas que necesitaban esta presencia en la oficina. El cambio tenía que llegar, era evidente, en una evolución hacia el Smart working, algo acelerado por la pandemia, pero ha habido que cambiar muchos elementos en las compañías, desde negocio hasta RRHH. Nosotros estamos tratando de transmitir nuestra experiencia a todo el sector y a segmentos verticales”.

ACELERANDO EL RITMO DEL CAMBIO

Según los datos de los analistas, el incremento de la colaboración virtual ha sido exponencial. Preguntado sobre este punto, Daniel Bartolomé indica que “está claro que pocos casos volverán a un modelo estrictamente presencial. Quizá vivamos modelos mixtos y híbridos, porque se ha visto que funcionan y ayudan al empleado a conciliar, pero también hemos visto, tras cuatro meses encerrados, que pasar por la oficina también es necesario. Antes sabíamos que las reuniones eran presenciales, pero ahora no sabemos desde dónde se conectan los asistentes, y eso es algo que se mantendrá”.

Para Alex Rincón, “la reunión presencial volverá a crecer cuando sea posible, si bien

coexistirá con una parte virtual, sobre todo para reuniones más significativas”.

Según Fernando Feliu, “en la parte interna de las empresas va a haber muchas colaboraciones virtuales, pero somos personas de equipo, y eso se fortalece mucho con las reuniones presenciales. En la parte de los clientes, estar cerca de ellos y escucharles no se sule solo con un sistema de comunicación remota. Habrá que hacer un mix y seleccionar bien cuando tengamos una reunión virtual o presencial, sin olvidar los ahorros de costes y de tiempo de las reuniones virtuales”.

En la misma línea se expresa Enrique Hernández, que matiza que “las reuniones virtuales son más concentradas y productivas, algo de agradecer cuando las agendas son complicadas, pero este negocio no se entendería sin la parte presencial de la relación. Creo que convivirán ambas realidades”.

Por último, José María Vicioso también se muestra de acuerdo y estima que “tenderemos hacia un modelo híbrido. Seguiremos reuniéndonos presencialmente con clientes y compañeros, pero no podremos dejar atrás las ventajas del mundo virtual, como son la conciliación, la productividad o poder contar con profesionales independientemente de dónde se encuentren”.



“**El desafío de las empresas pasa por saber definir qué realidades hacen imprescindible la presencialidad y combinarlo con el smart working**”

Alex Rincón,
responsable de
ProAV&UCC de
Ingram Micro

Eso sí, Daniel Bartolomé introduce un matiz, y es que las reuniones virtuales “son más formales, mientras que en las presenciales podemos tener un tono también formal si se necesita o más informal, si es lo apropiado en ese caso”.

Con todo, apunta Fernando Feliu, “seremos más selectivos con lo presencial o lo virtual y esto nos influirá mucho en la metodología de trabajo de cada día”.

DESAFÍOS A ENFRENTAR EN EL NUEVO MODELO

Tal y como señala Fernando Feliu, “hay que separar el teletrabajo del smart working. Lo primero es hacer el trabajo en remoto, mientras que lo segundo es hacer un trabajo inteligente. Durante los primeros meses, ha habido un proceso de adaptación, tanto a las herramientas como a los procesos y la mentalidad, porque la mentalidad la asumen los individuos. El smart working aporta muchas ventajas, como son compaginar la vida personal y la profesional, pero hay que aprender. Recursos Humanos y los directivos, deben asumir el liderazgo necesario en una nueva forma de entender el trabajo, además de dotar de las herramientas necesarias y de establecer niveles de éxito no dependientes del tiempo, sino de los resultados del

trabajo. Esto ha habido que cambiarlo en todas las organizaciones”.

“Esta pandemia nos ha ayudado”, señala Alex Rincón, “a adaptarnos a estas herramientas. El desafío de las empresas pasa por saber definir qué realidades hacen imprescindible la presencialidad y combinarlo con este smart working. Los trabajadores y las compañías que han dado el paso es que la capacidad de autogestión permiten obtener excelentes resultados”.

“Esa es la importancia del smart working”, continúa Fernando Feliu, “saber cuándo debes trabajar en remoto y cuándo debes hacerlo en la oficina o viendo a un cliente. Ha sido importante el cambio tecnológico, pero también hay que llevar a cabo un cambio de mentalidad”.

“Pocos casos volverán a un modelo estrictamente presencial. Viviremos modelos mixtos y híbridos, porque se ha visto que funcionan”

Daniel Bartolomé,
responsable de Smart Meeting de **Maverick Tech Data**

“Éste es el gran desafío”, apunta Enrique Hernández, “cambiar los parches que se han ido poniendo de urgencia por soluciones reales de trabajo inteligente. Esa va a ser la gran diferencia, ver qué solución encaja mejor en cada proyecto y en cada cliente. No se trata de ir a casa a trabajar, sino de hacerlo de forma inteligente y eficiente”.

La realidad, indica Daniel Bartolomé, “es que hay que separar el smart working del teletrabajo. Tuvimos que dar un paso que no podíamos evitar y que fue de un día para otro, pero ahora podemos pararnos a pensar y diseñar las soluciones adecuadas para hacerlo de forma inteligente y eficiente”.

Puntualiza José María Vicioso que el departamento de Recursos Humanos “debe dar un paso adelante y definir claramente

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



la situación de cada perfil y cada profesional. Deben establecer un plan, con calma, para que sea efectivo para cualquier puesto de trabajo”.

Y no podemos olvidar la tecnología, apostilla Fernando Feliu, cuando indica que “las comunicaciones unificadas no son solo una cámara conectada a un portátil para hablar. Conlleva muchas más cosas: conectar con el CRM para dar el mejor servicio al cliente, seguridad, acceder a la información de los centros de datos... la realidad va a suponer un cambio de infraestructura tecnológica, sistemas híbridos en cuanto a esta tecnología, uso del cloud, modelos de pago por uso... tecnologías que han sido parcheadas de urgencia, y que ahora nos lleva a plantearnos cuál debe ser el modelo de negocio y de infraestructura, como antes pasó con la movilidad, por ejemplo. Es un cambio profundo que se ha visto acelerado por la pandemia, pero es solo el primer paso de un camino que habrá que recorrer a pasos acelerados. No va a ser una petición, sino una necesidad, que deberá estar recogida en todos los elementos de las compañías, desde tecnología hasta RRHH, pasando por los departamentos financieros, por ejemplo. Habrá que cambiar, incluso, los modelos de entrega de productos. Todo tendrá que transformarse. Así que habrá que di-

señar esta transformación, contar con las herramientas adecuadas para ella, preparar todos los recursos necesarios para ello... y eso es lo que ponemos a disposición de los clientes, con nuestra experiencia”.

UN CAMBIO TECNOLÓGICO...

Desde el punto de vista de Enrique Hernández, “no sé si es tanto incorporar nueva tecnología, o lo que hay que hacer es sacar más partido a la que ya tenemos. Contamos con mucha tecnología que no hemos explotado adecuadamente. Hemos atendido la demanda del canal y los clientes, pero quizá hemos dejado un poco de lado la parte consultiva que ahora tenemos que recuperar. Muchas empresas están preparadas para la transformación, pero no podemos olvidar dónde estamos y las posibilidades de nuestros clientes habituales, principalmente las pequeñas y medianas empresas. Hemos de dar los pasos para facilitar al cliente cualquier solución que necesite, desde la parte tecnológica al modelo de pago”.

Este cambio, explica Fernando Feliu, “va a suponer un cambio para los resellers, que tendrán que ver cómo manejan toda la gestión remota de esta infraestructura, y cómo dan soporte a empleados dentro y fuera de las instalaciones de las empresas. Este es

un cambio cultural que estamos tratando de preparar con formación y transferencia tecnológica. Hay que evolucionar el reseller tradicional desde una relación personal a una gestión remota de sus clientes, tanto dentro como fuera de sus oficinas”.

... Y UN CAMBIO DEL RESELLER

Como explica Daniel Bartolomé, “la realidad es que los proyectos con nuestros resellers han salido de la oficina para convertirse en proyectos mucho más transversales, con la obligación de cubrir muchos elementos, desde el puesto de trabajo del empleado en casa hasta la sala de reuniones, pasando por tecnologías como las comunicaciones o la nube. El reseller debe afrontar estos proyectos de forma más transversal, no como hasta ahora, que quizá se hacía de forma más segmentada”.

Para Alex Rincón, “esta solución transversal no solo incluye estas tecnologías propias, sino también otras como la ciberseguridad, que no se puede mantener como estaba hasta la fecha. Las oportunidades que pudieron surgir hace meses pusieron el foco en el puesto de trabajo, pero ahora van a surgir otras más centradas en el puesto de oficina o en la gestión de salas. Son oportunidades y debemos acompañar al partner en estos proyectos de verdadera transformación”.



“Hemos de dar los pasos para facilitar al cliente cualquier solución que necesite, desde la parte tecnológica al modelo de pago”

Enrique Hernández,
director comercial
B2B PRO de MCR

Desde el punto de vista de Fernando Feliu, "hay resellers muy interesados en el desarrollo de todas estas tecnologías y los nuevos modelos de comercialización, pero en el canal hay resellers de muy diferentes perfiles. Los resellers deben ajustar sus nuevos roles y adaptarse a los nuevos modelos, y ahí es donde podemos ayudarles con formación y con transferencia de conocimiento y experiencia. Aunque no podemos olvidar que hay resellers que no tienen ni tiempo ni capacidad para alcanzar el nivel de especialización que la nueva realidad demanda, y también a ellos hay que aportarles nuestra experiencia y conocimiento para ayudarles en su evolución".

En palabras de José María Vicioso, "algunos socios muy orientados a la venta de producto han visto cómo su volumen de negocio ha caído, y con ellos estamos trabajando para mostrarles nuevas posibilidades de la tecnología. Estamos en el proceso de formación de un canal más tradicional para ayudarles a buscar nuevas líneas y oportunidades de negocio".

SECTORES Y ESCENARIOS MÁS SIGNIFICATIVOS: EDUCACIÓN

Comenta Alex Rincón que el educativo "va a ser un vertical con mucho despliegue de soluciones para colaborar y compartir

datos. Son herramientas indispensables para este segmento, y la tecnología nos ayuda en este terreno".

Para José María Vicioso, "hemos detectado un gran incremento en Educación, más que en el sector empresarial, porque se han adaptado a un modelo semi-presencial, y han tenido que adaptarse con productos interactivos. En la segunda mitad del año hemos visto una clara recuperación. Veníamos de una evolución en el sector educativo hacia dispositivos interactivos, que se ha visto acelerado, pero el parque de aulas es todavía enorme, tanto en el sector público como en el privado, no está cubierto ni un 10%. Además, a estos dispositivos, que han venido para quedar-

se, se les van a añadir otras soluciones complementarias muy interesantes".

Añade Enrique Hernández que, en Educación, "hemos visto proyectos muy interesantes, pero otros han sido más bien parches para salir del paso. Hay mucho hecho, pero hay mucho por hacer, sobre todo con soluciones globales con una amplitud mayor".

Por su parte, Fernando Feliu explica que "la transformación, en el caso de la educación, se tiene que dar en el centro educativo y en el estudiante remoto, que cuente con las condiciones adecuadas, pero no podemos olvidar el canal de comunicación, es decir, redes, servidores, micrófonos, altavoces, atenuadores de sonido exterior... Sin olvidar la seguridad,



“
Estamos en el **proceso de formación**
de un canal más tradicional para
ayudarles a buscar nuevas líneas y
oportunidades de negocio”

José María Vicioso,
director de desarrollo de negocio de **Newline**

¿Te avisamos del
próximo IT Reseller?



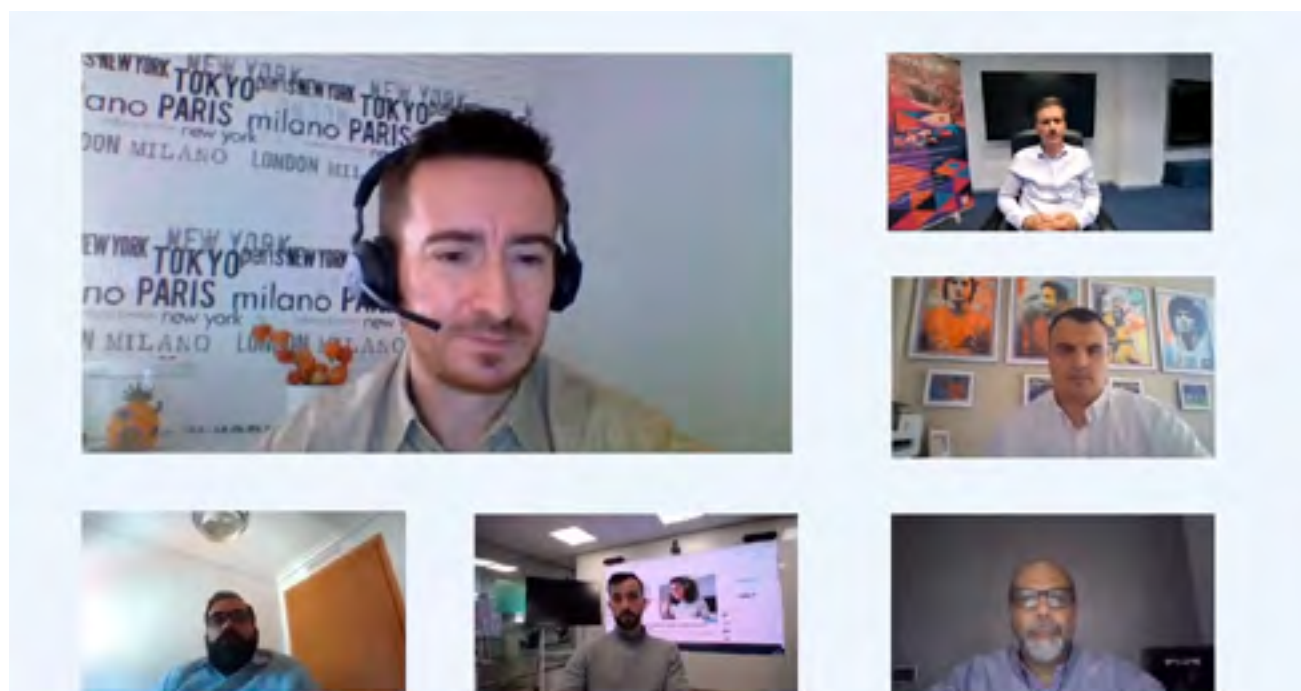


“
Las **comunicaciones unificadas** no son una cuestión solo tecnológica, sino una **solución global que afecta a todas las empresas, sectores y departamentos**”

Fernando Feliu,
director Value Solutions en **V-Valley Esprinet**

que va a ser básica en lo referido a las comunicaciones. Y más allá de la educación, ¿qué necesitamos en la medicina? ¿Y en la industria? Las comunicaciones unificadas son imprescindibles en todos

los segmentos, y la seguridad es vital en todos ellos. Comunicaciones unificadas no es una cuestión solo tecnológica, sino una solución global que afecta a todas las empresas y sectores”. ■



🔗 **MÁS INFORMACIÓN**

▶ [La eclosión de la colaboración empresarial y las comunicaciones unificadas, a debate](#)



ESPAÑA EN LA ERA POST-COVID

La COVID-19 ha trastocado la vida de empresas y ciudadanos que ven con incertidumbre el futuro. A la preocupación sanitaria se le unen unas previsiones económicas, y de desempleo, nada esperanzadoras. Descubre en este IT Research cuáles son las principales previsiones para España y cuál es el papel que va a jugar la tecnología en la recuperación a través de más de 40 gráficos, divididos en seis bloques, y las opiniones de diversos analistas del sector.





Claves para acceder a los fondos del
**Plan de Digitalización de Pymes
y Administración Pública**

WEBINAR 14/04/2021 - Hora: 10:00 am.

[Regístrate ahora](#)



La gestión documental gana impulso para apoyar una cultura de trabajo híbrida

Las compañías manejan actualmente una gran cantidad de información, que, en muchos casos, acaba acumulándose sin ningún tipo de criterio ni metodología en correos electrónicos, carpetas personales de los ordenadores o incluso documentos en papel. Este problema se ha hecho más evidente si cabe durante el último año, en el que se ha hecho más importante que nunca el tener la información bien ordenada y accesible desde cualquier sitio. La irrupción repentina del teletrabajo y el entorno de espacios híbridos de trabajo que se planea de ahora en adelante hacen que las empresas sean plenamente conscientes de la necesidad de contar con mecanismos de gestión documental sólidos y eficaces. De cómo ha evolucionado este mercado con la pandemia, de las oportunidades que abre y



de cómo está respondiendo el canal, hemos hablado con Canon, MCR, Microsoft, Sage, Wolters Kluwer y Xerox.

Las empresas cada vez almacenan y gestionan más datos y documentos: se prevé que para 2035 el volumen de información empresarial se multiplique por 50 respecto al de 2020. Dada la elevada cantidad de documentos que se generan en una empresa, las empresas están empezando a ser conscientes de la necesidad de disponer de una solución de gestión documental.

Lejos de ser meros repositorios de documentación, los modernos gestores documentales son sistemas completos que se integran con las plataformas de gestión, facilitando el almacenamiento y tratamiento de documentación, el acceso ubicuo y multidispositivo, y la conexión con repositorios de backup que garantizan que la documentación seguirá estando disponible en caso de desastre o ciberataque.

Como señala Ricardo Regojo, Cross Product Manager de Wolters Kluwer Tax & Accounting España, "es muy fácil confundir la gestión documental con un simple repositorio documental. Muchos piensan en un repositorio documental como las típicas carpetas de Windows en lugar de una verdadera gestión documental. La necesidad de llevar a cabo una gestión



documental comienza a percibirse cuando esta se puede integrar en los flujos de negocio para mejorar la productividad, eficiencia y eficacia".

Rafael González, director de Organización General y RR.HH. de MCR, añade que "lo que antiguamente fueron soluciones monolíticas y complejas, hoy son tecnologías de sencilla implantación que permiten realizar la gestión documental de manera total o sólo parcial".

LA COVID-19 COMO ESTÍMULO

La necesidad de implantar una solución de gestión documental se ha exacerbado en el último año, dado que la necesidad de compartir documentos evidentemente ha crecido con la pandemia. En palabras de Andrés Sánchez-Moreno, Director de Ventas de la unidad de negocio Document Solutions de Canon, "la pandemia ha acelerado un proceso de transformación empresarial que ya estaba en curso y que era inevitable. La tendencia que había hacia la digitalización implicaba un cambio de concepción sobre la gestión

documental, que se ha adoptado antes de lo esperado dada la situación excepcional que hemos vivido. Por tanto, en Canon hemos notado un aumento significativo de la demanda de servicios digitales en general. En lo que respecta a soluciones de gestión documental, ciframos el incremento de demanda en torno a un 30%".

Muchas empresas que no tenían esta necesidad o no se lo habían planteado han decidido implantar un gestor documental, a fin de facilitar el intercambio de información de forma ágil y sencilla. Algunos estudios, como uno realizado por Quocirca, cifran hasta en un 75% el incremento del gasto en sistemas de digitalización documental por efecto de la pandemia.

"La evolución acelerada al teletrabajo ha destapado algunas de las carencias y necesidades de las organizaciones relacionadas con la gestión documental. En algunos casos, toda esta documentación, que representa un activo muy importante, se encuentra diversificada e incluso duplicada, generando un alto grado de descontrol e ineficacia. Y los teletrabajadores de empresas con esta gestión obsoleta han tenido dificultades para acceder a la documentación necesaria", recalca Diego Sánchez-Aparisi, Product Marketing Director de Sage España y



“En soluciones de gestión documental, ciframos el incremento de demanda en torno a un 30%”

Andrés Sánchez-Moreno, director de ventas de la unidad de negocio Document Solutions de Canon

Portugal, que asegura que el 48% de las empresas españolas invertirá en herramientas de gestión documental como parte de su estrategia empresarial y con el fin de adaptarse a la nueva normalidad.

Antonio Cruz, director de Modern Workplace de Microsoft en España, señala que “las empresas siempre se han tenido que enfrentar a la elevada cantidad de documentos que generan sus negocios, algo que evidencia la necesidad de contar con herramientas seguras de colaboración. Y, ahora más que nunca, las organizaciones se han visto obligadas a dar un salto importante en términos de digitalización con el fin de continuar desarrollando su actividad”.

Por su parte, Macarena Perlado, Xerox Iberia Workplace Solutions Expert, también opina que “es clave en estos tiempos contar con herramientas que impulsen la colaboración y que permitan compartir información de manera segura. El trabajador en remoto debe tener acceso a todas las aplicaciones y recursos para mantener su nivel de productividad, independientemente del lugar desde donde trabaje”.

DEMANDA MULTISECTORIAL

El incremento de la demanda de soluciones de gestión documental se ha producido de forma generalizada, puesto que la gran mayoría de negocios han impulsado su trans-

formación digital. La actividad parece que ha sido algo más intensa en sectores como la banca, la educación o la salud, debido a la elevada cantidad de documentos que manejan y que han necesitado digitalizar y estructurar en una herramienta colaborativa.

“En nuestro caso, los sectores que más están contribuyendo a un aumento de la demanda son los despachos profesionales y los departamentos de recursos humanos de empresas, sobre todo cuando la gestión documental está integrada con las Administraciones públicas, para poder presentar directamente los impuestos, por ejemplo, y en sus flujos de negocio”, afirma Ricardo Regojo, de Wolters Kluwer.

En el caso de las pymes, son quizá las empresas que más necesitan este tipo de soluciones, porque hasta ahora eran, probablemente, las que menor nivel de digitalización tenían. De hecho, un informe de Transparency Market Research revela que las pymes son el segmento del mercado en el que se incrementará en mayor medida la utilización de este tipo de soluciones.

Según Macarena Perlado, de Xerox, “la gran empresa siempre ha sido más madura que la pyme en la adopción de tecnologías porque cuenta con más recursos y empleados cualificados. Sin embargo, las necesidades de las empresas pequeñas y medianas



“Las empresas siempre se han tenido que enfrentar a la elevada cantidad de documentos que generan”

Antonio Cruz,
director de Modern
Workplace de
Microsoft en España





“Se ha desarrollado todo un **ecosistema de integradores y desarrolladores** en torno a la gestión documental”

Rafael González, director de Organización General y RR.HH. de **MCR**

para competir son las mismas y la pandemia han puesto de manifiesto que las pymes que han sobrevivido contaban ya con planes de digitalización que se han acelerado”.

Independientemente de su sector o tamaño, lo que los clientes buscan son soluciones de gestión documental que resuelvan sus necesidades y que, además, resulten eficientes. “La deslocalización geográfica que existe entre los trabajadores no puede convertirse en un obstáculo a la hora de trabajar en equipo, y ahí es donde entran en juego las herramientas colaborativas de gestión documental”, aclara Andrés Sánchez-Moreno, de Canon.

Con respecto a qué modalidad prefieren las empresas, generalmente depende de factores como el volumen de datos que tengan que compartir, la complejidad que conlleve cada una o los recursos de los que dispongan. No obstante, se percibe una mayor tendencia hacia modelos cloud. De hecho, para Antonio Cruz, de Microsoft, “el cloud computing es el catalizador que democratiza el acceso a estas herramientas, permitiendo a las empresas innovar y gestionar su día a día con independencia de su tamaño”.

De la misma opinión es Ricardo Regojo, de Wolters Kluwer, que considera que “lo que buscan los clientes en una gestión docu-



La gestión documental es clave en la protección de datos

La protección de los datos y de la información corporativa es una de las principales preocupaciones para las empresas, que además saben que deben contar con herramientas que les permitan cumplir con el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD).

“Contar con una gestión documental fiable y eficaz es fundamental para poder cumplir con este reglamento. En nuestro caso, los requisitos en la tramitación de los datos del nuevo reglamento están incorpora-

dos en el módulo de gestión documental del ERP Sage 200 gracias a un Gestor RGPD propio. Con esta herramienta, las organizaciones pueden gestionar y llevar el control de los datos personales según la normativa, a través de funciones como el visor de los campos protegidos y posibilidad de definir nuevos campos o búsqueda de datos protegidos, entre otras funcionalidades clave”, apunta Diego Sánchez-Aparisi, de Sage.

Rafael González, de MCR, también cree que el cum-

plimiento de la normativa RGPD está influyendo en la evolución de este mercado muy positivamente, “porque está obligando a optimizar la eficiencia de los gestores documentales hasta el hecho de que éstos se han convertido en una fantástica herramienta para este propósito. Es complejo entender completamente qué sucede exactamente con los datos, y los sistemas de gestión documental pueden ayudar a cumplir técnicamente con estas políticas de privacidad”.

mental es la integración en los flujos de negocio y, por tanto, la integración con las herramientas de negocio; la incorporación de la firma electrónica; y la colaboración o compartición de los documentos con terceros (clientes, proveedores, trabajadores, etc.), y cumplir con las tres premisas anteriores requiere de soluciones en la nube”.

En cambio, Rafael González, de MCR, cree que, “aunque la nube ha supuesto un revulsivo, también es cierto que existe un cierto componente conservador que hace que muchas empresas opten por la opción on-premise, o incluso por opciones híbridas”.

OFERTA EN EXPANSIÓN

La digitalización de la gestión documental está propiciando que amplíe el mercado, dando cabida tanto a empresas desarrolladoras de software de gestión como a empresas especializadas en impresión, entre otras. Hablamos de un mercado global que en 2018 estaba valorado en más de 38.000 millones de euros, y que para 2024 alcanzará los 72.000 millones de euros, en el que hay sitio para proveedores de todo tipo. A este respecto, Ricardo Regojo, de Wolters Kluwer, indica que “la clave está en que cada uno de nosotros nos podamos posicionar en un target en el que aportemos el máximo de valor”.



Andrés Sánchez-Moreno, de Canon, apunta a una doble tendencia: “Por un lado, las grandes empresas tecnológicas como Canon apostamos por desarrollar internamente todos los procesos y unificarlos en los equipos que comercializamos. Por otro lado, las compañías de menor tamaño o que están especializadas únicamente en impresión o únicamente en desarrollo de software están tendiendo a unir sus fuerzas para desarrollar soluciones conjuntas. El mercado es amplio,

lo importante es ofrecer a los clientes herramientas tecnológicas que les faciliten el día a día, permitiendo así que se puedan centrar en sus propios objetivos de negocio”.

Diego Sánchez-Aparisi, de Sage, también cree que hay mercado para todo tipo de proveedores, siempre y cuando se garantice la integración entre los diferentes sistemas que requieren de esta funcionalidad. “En la era de la digitalización, es fundamental que las soluciones de gestión documental se integren con el resto de los módulos, conformando un sistema completo de gestión empresarial. Aunque existen soluciones nicho que ofrecen las empresas de impresión, la gestión documental va mucho más allá del almacenamiento centralizado de la documentación”, explica el directivo



“**Es fundamental que las soluciones de gestión documental se integren con el resto de módulos de gestión**”

Diego Sánchez-Aparisi,
product marketing
director de Sage España
y Portugal

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



EL CANAL COMO FIGURA CLAVE

La diversificación de proveedores de gestión documental ha ido acompañada de una multiplicidad de partners de canal que suministran estas soluciones. Como dice Andrés Sánchez-Moreno, de Canon, “los partners de canal que están comercializando soluciones de gestión documental son todos aquellos cuyos clientes tienen esa necesidad. Cabe resaltar que, además de las soluciones propias de gestión, muchos partners venden

equipos que ya incluyen softwares de gestión documental, por lo que más que responder a una tipología de partners concreta, depende de los requerimientos de los clientes de canal”.

Se trata de un mercado en el que tienen cabida tanto ISVs como integradores, consultores de TI y proveedores de servicios gestionados. Con todo, los partners requieren de una especialización y una capacitación, ya que, “para que una solución tenga éxito requiere bastante cono-

cimiento del mercado al que va dirigida y sus clientes. El partner ha de actuar como consultor, ya que supone un cambio de mentalidad importante en las organizaciones que implantan una gestión documental”, asegura señala Ricardo Regojo, de Wolters Kluwer.

Rafael González, de MCR, comparte la opinión de que “la gestión documental se ha convertido en un mercado con un alto valor, ya que, en muchos de los proyectos a desarrollar es necesario un alto



“Lo que buscan los clientes en una gestión documental es la integración en los flujos de negocio”

Ricardo Regojo, cross product manager de **Wolters Kluwer Tax & Accounting España**

La IA, la automatización y el Big Data ganan peso

La propia digitalización de la gestión documental lleva implícita la adopción de otras tecnologías. En este sentido, en los últimos años, los proveedores de soluciones han estado integrando más capacidades de inteligencia artificial y machine learning en sus ofertas de gestión documental, proporcionando a los clientes nuevas ventajas, como una mayor automatización y agilización de los procesos. Del mismo modo, Big Data no tiene sentido sin tecnología que ayude a extraer el valor de esos datos.

Sobre la evolución tecnológica de las soluciones de gestión documental, Ricardo Regojo, de Wolters Kluwer, opina que “la base la constituyen la automatización de flujos y la inteligencia artificial basada en la clasificación o búsqueda automática de documentos. Los esfuerzos se concentran también en combinar esta inteligencia artificial con Big Data”.

Rafael González, de MCR, confirma que “el Big Data es una excelente oportunidad para utilizar plenamente los datos, pero es preciso invertir

en tecnologías que permitan gestionar la cantidad, velocidad, variedad y valor de esos datos. Los sistemas de gestión documental electrónica facilitan la toma de contacto con el Big Data, porque aportan un medio donde se unan las fuerzas de todos”.

Por su parte, Diego Sánchez-Aparisi, de Sage, cree que estas soluciones seguirán evolucionando y que “el siguiente paso es una nueva generación de software mucho más ‘inteligente’ y capaz de anticiparse a las necesidades de los usuarios ofreciendo acciones o soluciones

utilizando como base la información almacenada en los sistemas de gestión documental. Gracias a la IA, muy pronto la capacidad de realizar análisis predictivos sobre aspectos críticos como la evolución del stock o la tesorería serán algo habitual, extendiéndose también a la gestión documental. Igualmente, las soluciones automatizadas de gestión documental resultan claves para el Big Data, ya que permiten gestionar un volumen de información muy elevado, complejo y continuamente actualizado”.

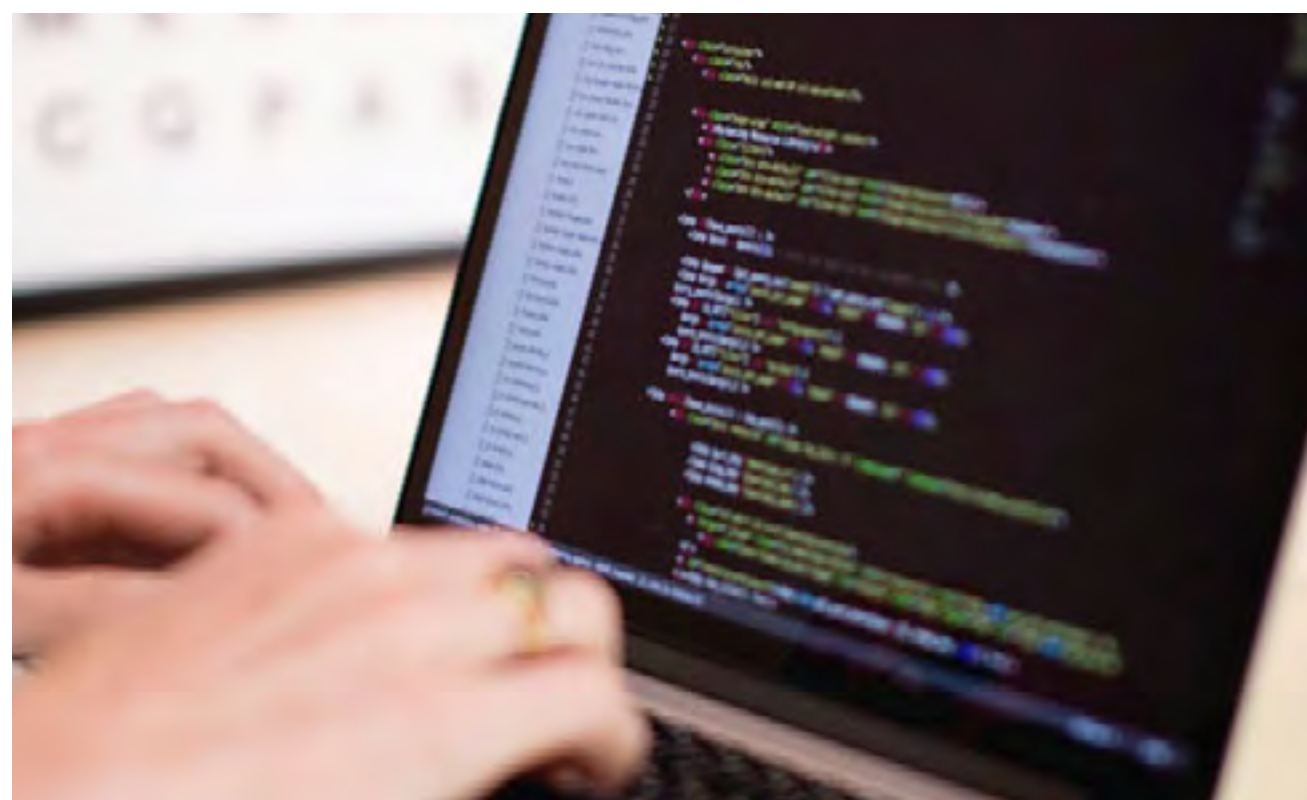
grado de especialización. Normalmente son parte de proyectos más ambiciosos donde el papel del partner es esencial. Precisamente por ello se ha desarrollado todo un ecosistema de integradores y desarrolladores en torno a la gestión documental, y la comunidad de ISVs ha adquirido gran importancia”.

En lo que respecta a los servicios, si bien el principal objetivo de los partners es ofrecer soluciones personalizadas y adaptadas a la situación de cada cliente, otra importante labor es la de actuar de “educadores”, pues muchas empresas desconocen todas las opciones de integración de gestores documentales que tienen a su alcance. Este es un factor que

fomenta la fidelidad de los clientes y, por tanto, permite a los partners construir relaciones comerciales a largo plazo.

“Nuestro canal tiene que ser el partner del cliente final en sus proyectos de transformación digital. La falta de liquidez ha dañado los márgenes y es necesario buscar otras fuentes de ingresos encaminadas a mejorarlos”, aclara Macarena Perlado, de Xerox, para quien “la evolución del canal será clave para la modernización de las empresas”.

Diego Sánchez-Aparisi, de Sage, concluye añadiendo que “el canal es un elemento fundamental, porque tiene que dar la confianza y la solución más adecuada a cada cliente en cada momento”. ■



¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



“Nuestro canal tiene que ser el partner del cliente final en sus proyectos de transformación digital”

Macarena Perlado,
Xerox Iberia
Workplace
Solutions expert



MÁS INFORMACIÓN



[Evolución de los modelos de impresión y gestión documental para el canal, a debate](#)



[La importancia de la gestión documental en el cumplimiento de RGPD](#)



[Nuevas tendencias en torno a la impresión y gestión de documentos, a debate](#)



[La importancia de la gestión documental para el sector financiero](#)



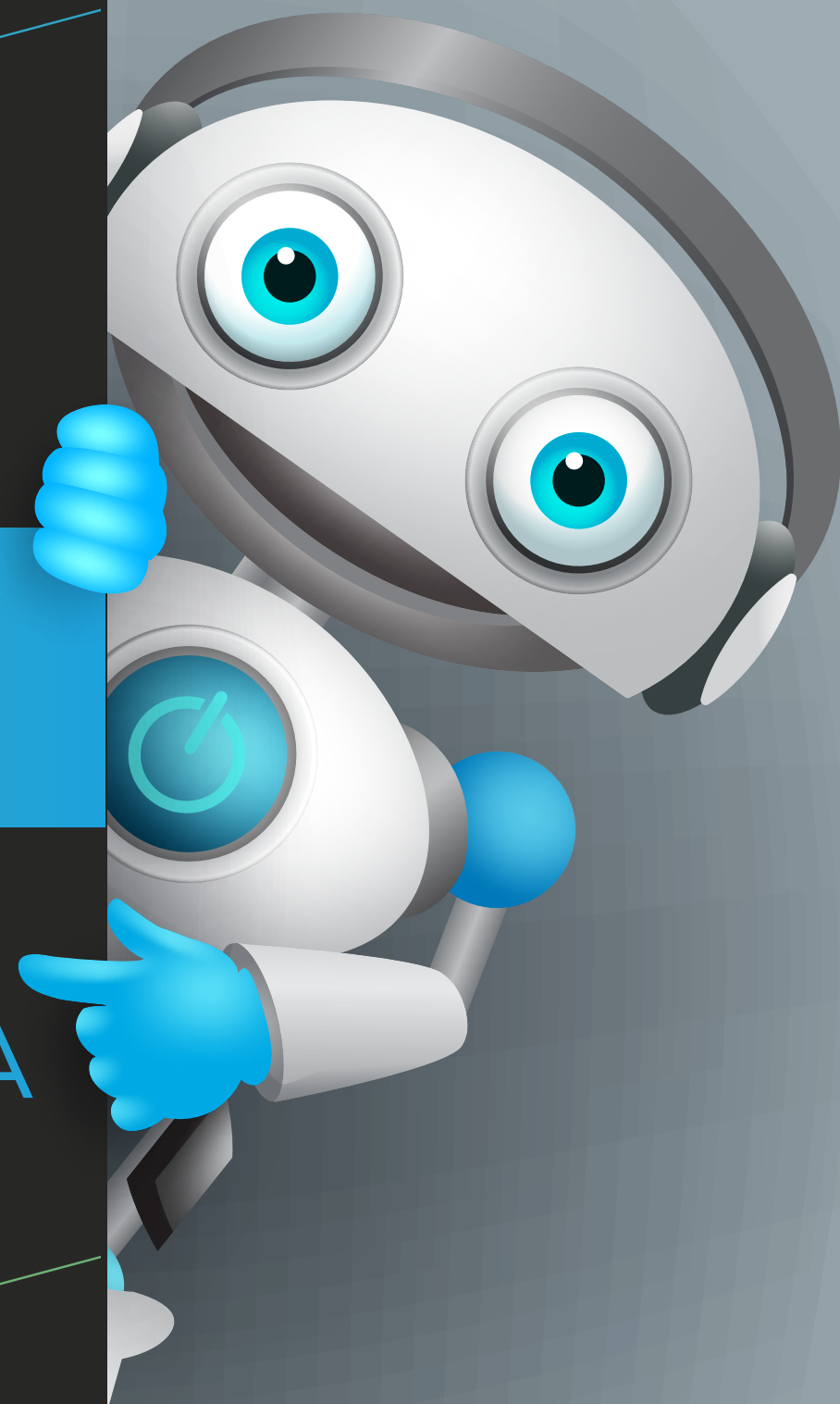
[El negocio de servicios de gestión documental crece un 5% en 2017](#)

GRUPO **MCRPRO**

En MCRPRO trabajamos para ofrecer el mejor ecosistema de productos y soluciones necesario para el desarrollo de cualquier proyecto que los partners tengan que llevar a cabo.

Si deseas tener más información de nuestros productos, marcas y soluciones, accede a nuestra web >>

PANTALLA VIDEO
LED CONFERENCIA
PROYECCIÓN
SONIDO
IT DISPLAY
SOPORTES
GESTIÓN DE SEÑAL



it Reseller
TECH&CONSULTING
ESPECIALES



EN POS DE LAS NUEVAS
EXPERIENCIAS DE
**COMUNICACIÓN
Y COLABORACIÓN**

 **Mitel**[®]
Powering connections

Mitel brinda soluciones que respaldan los nuevos paradigmas de negocio para un trabajo inteligente, híbrido y dinámico

MÁS CERCA DEL PUESTO DE TRABAJO INTELIGENTE

LA IMPLANTACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO INTELIGENTE HABÍA PROSEGUIDO SU PROPIA EVOLUCIÓN HASTA LA LLEGADA DE LA PANDEMIA, PERO DESDE SU ESTALLIDO EL TELETRABAJO HA EXPERIMENTADO UNA EXPLOSIÓN SIN PRECEDENTES EN ESPAÑA CON ESPECIAL INCIDENCIA EN LA PYME. LO QUE HA QUEDADO MÁS PATENTE QUE NUNCA ES QUE LAS SOLUCIONES DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL, UNIDAS A LA MOVILIDAD, LA NUBE Y LA VIRTUALIZACIÓN, AGILIZAN EL DESEMPEÑO DE CUALQUIER PROFESIONAL MEJORANDO SU PRODUCTIVIDAD.

La mayoría de las pymes que han podido capear la crisis de la COVID-19 hasta la fecha ya han realizado ajustes significativos en sus plantillas y espacios de trabajo. Desde la consolidación del personal hasta el establecimiento y expansión de programas de teletrabajo pasando por la reconfiguración de los espacios físicos para ajustarse a los protocolos de seguridad y distanciamiento social, las pymes han reaccionado rápidamente para sobrevivir y abordar las nuevas realidades que la pandemia ha impuesto a todas las organizaciones.

Nadie cuenta con una bola de cristal que le permita predecir cuánto más durará la crisis sanitaria o cuánto nos impactará la resaca financiera. Ahora bien, las pymes deberían aprovechar la coyuntura para identificar oportunidades potenciales y remodelar su fuerza laboral y sus emplazamientos con vistas al futuro. Ahora es el momento de poner la tecnología, los datos, las personas y los procesos a trabajar para cuando podamos acceder a la próxima "normalidad".



NAVEGANDO HACIA EL FUTURO

Desde que hace cerca de un año estalló la pandemia en todo el planeta las pymes se vieron especialmente castigadas por una notable volatilidad laboral. Mitel ha desarrollado recientemente un análisis del mercado con objeto de entender cómo les está yendo a aquellas pequeñas y medianas empresas que han conseguido subsistir en medio de esta continua incertidumbre. Estas son sus principales conclusiones:

1 El impacto de la COVID-19 varía significativamente según el sector: Cuanto más grande sea la pyme en términos de número de empleados, más probable es que haya tomado medidas para mantener sus plantillas. Sin embargo, existen variaciones significativas por industria. Los segmentos que han tenido que deshacerse de numerosos puestos de trabajo, como hostelería, atención médica y dental, educación u organizaciones sin fines de lucro, también tienen más probabilidades de incrementar sus plantillas en los próximos seis meses, cuando la situación haya mejorado.

2 Continúa la rotación de empleados: Las pymes también están lidiando con la rotación de sus plantillas, si bien esta tendencia es menos intensa con los empleados asalariados



“NUESTRA PRINCIPAL SEÑA DE IDENTIDAD ES LA FLEXIBILIDAD”
RODRIGO GONZÁLEZ, COUNTRY MANAGER DE MITEL IBERIA

que con los trabajadores externos. El 47% de las pymes han tomado medidas para reducir contratos, sueldos u horas de trabajadores externos. La montaña rusa resultante presenta desafíos sin precedentes sobre la gestión de las plantillas que muchas pymes no están correctamente equipadas para tratar.

3 La incertidumbre es el principal desafío al que se enfrentan las pymes: En general, las pymes apuntan al manejo de la incer-

tidumbre como su principal desafío en el entorno actual.

4 Los retos relacionados con la fuerza laboral cobran mayor importancia a medida que aumenta el tamaño de la empresa: Los problemas relacionados con Recursos Humanos dominan la lista de las tres principales preocupaciones de las empresas pequeñas y medianas. Esto no es sorprendente, ya que estas compañías cuentan con más

empleados y decisiones de personal más complejas de tomar.

5 El teletrabajo es válido para muchas pymes: Dos tercios de las pymes encuestadas para este informe han instituido programas de teletrabajo. El 52% ha reconocido que el trabajo desde casa está teniendo un impacto positivo en la productividad de sus empleados, mientras que el 31% ha señalado que el impacto ha sido neutro. Y una de las conclusiones más relevantes es que más de la mitad pretende aumentar su inversión en este segmento. Sin embargo, muchas pymes se enfrentan a nuevas amenazas de seguridad que emergen a medida que la información corporativa viaja a través de más redes domésticas y reside en más dispositivos personales no administrados. Queda por discernir cómo evolucionará la seguridad en este ámbito y la conciliación del trabajo remoto con la vida familiar. Pero cada día es más patente que la compatibilidad de

las pymes con entornos de trabajo híbrido más flexible ha llegado para quedarse.

6 Las pymes pretenden invertir más para brindar un mejor apoyo a sus empleados: Las prioridades de inversión para el corto plazo de las pymes comienzan con áreas orientadas al cliente, como ventas y marketing, sitios web y comercio electrónico, así como servicio al cliente. Pero alrededor del 20% planean también invertir en soluciones para apoyar mejor a sus empleados, como soporte de TI remoto, gestión de recursos humanos y talento, y soluciones de colaboración en la nube y conectividad de red. Los planes para reforzar sus infraestructuras también son parte de la combinación, ya que las pymes se están esforzando por brindar a sus empleados dispositivos y soluciones seguros, que gocen de un mayor rendimiento, y que les permitan abordar aún más los nuevos desafíos de productividad y seguridad. ■



COMUNICACIONES EN LA NUBE: EN FASE DE MADUREZ

Más de 1.000 tomadores de decisiones TIC han compartido sus opiniones en la tercera edición de la encuesta de Mitel para Europa sobre la adopción de comunicaciones en la nube. Estas son las principales conclusiones:

- 1 En toda Europa, conseguir una mayor agilidad es la principal razón por la que las empresas quieren migrar sus comunicaciones a la nube.
- 2 Para el 53% de las empresas españolas, además de la agilidad, beneficiarse de funciones innovadoras sin invertir mucho más es la principal motivación para considerar el cambio a la nube.
- 3 El 51% de las empresas en España están dispuestas a considerar migrar sus contact centers a la nube.
- 4 El 58% de los encuestados en España afirma que las herramientas avanzadas de colaboración, como audioconferencia, videoconferencia y compartición de escritorio y de aplicaciones, son las capacidades más importantes de un sistema de comunicaciones unificadas como servicio (UCaaS) de primera clase.
- 5 La mayor parte de las empresas españolas (43%) prefiere la nube privada y apenas el 13% considera utilizar la nube pública para sus comunicaciones.

LA OPINIÓN DEL EXPERTO

¿CÓMO PUEDEN LOS SOCIOS DE CANAL CONQUISTAR LA NUEVA NORMALIDAD?



**JUAN CARLOS
MUÑOZ TAPIADOR**
DIRECTOR DE CANAL
DE MITEL IBERIA

No hay duda de que la pandemia del COVID-19 ha cambiado cualquier noción que tuviéramos sobre hacer negocios y ha puesto de relieve la importancia para la vida de las empresas y la continuidad del negocio de disponer de un sistema de comunicaciones preparado para enfrentarse a la evolución y realidad del mercado. En muchos casos, la urgencia forzó a las compañías a tomar decisiones aceleradas para salir momentáneamente del paso, unas decisiones que, en este momento, necesitan ser analizadas y, en muchos casos, revisadas a la luz de lo sucedido y de la nueva normalidad.

En este nuevo paradigma, el papel que juega el socio de canal es clave.

Mantenerse al día con el rápido ritmo del cambio tecnológico puede ser un desafío para muchas empresas. Para poder adaptarse a las condiciones y ritmo de cada negocio en su transformación y ajuste a la nueva realidad, a medida que el nuevo esquema de trabajo híbrido se consolida, ofrecer una capa de servicio es fundamental. Ahí es donde un socio tecnológico experto puede marcar la diferencia.

COMBINACIÓN ÓPTIMA

Y con esta diferenciación se abren nuevas oportunidades. La tecnología es un elemento clave, pero no suficiente para que la transformación se produzca. La proliferación de proyectos más complejos requerirá, por un lado, un incremento de la demanda de los servicios de asesoramiento, consultoría e integración y, por otro, conllevará una mayor necesidad de contar con socios tecnológicos con un alto grado de especialización y que sean capa-

ces de agregar valor al ecosistema del cliente.

Cuando se trata de elegir un proveedor de soluciones de comunicación en que apoyarse, hay muchos factores a considerar. En última instancia, el proveedor debe ser confiable, con visión de futuro, líder en el sector y con una inversión sólida. Pero, en el contexto actual, el proveedor también debe ayudar a sus socios de canal a desarrollar y aprovechar las nuevas oportunidades de negocio. En Mitel, el compromiso con el canal es indudable pues es la pieza central de nuestra estrategia comercial.

CLAVES DIFERENCIALES

A la solidez financiera, robustez de nuestras soluciones, y reconocimiento en el sector con una trayectoria de casi 50 años, sumamos un programa de canal global en constante evolución para alinearse con los imperativos del mercado en términos de certificación, formación,

soporte y financiación en actividades de marketing para la generación de demanda. Además, hacemos una apuesta clara por el desarrollo tecnológico de nuestros sistemas legacy y, consecuentemente, concedemos una atención concienzuda a nuestra base instalada.

En Iberia, Mitel está creciendo y contamos en la actualidad con equipos de ingeniería, operaciones y servicios profesionales en España y dedicados al país. Este desarrollo y enfoque en los servicios que ofrecemos a nuestro canal es una prioridad y un activo muy valioso para ayudar a nuestros partners a brindar la capa de valor añadido a sus clientes. La prescripción comercial, la consultoría y los servicios de integración son tres de los puntales sobre los que se apoya nuestra estrategia en la región. Allí donde nuestros socios de canal no llegan, nosotros ampliamos sus capacidades y competencias.

A LA VANGUARDIA DE LA COLABORACIÓN EMPRESARIAL Y LAS COMUNICACIONES UNIFICADAS



Flexibilidad. Ésta es sin duda una de las fórmulas que han hecho posible la consolidación y el éxito de Mitel en un mercado tan maduro y competitivo como el de las comunicaciones empresariales. Cuatro décadas de inversión en innovación le han granjeado una posición de notable liderazgo en una industria que demanda adaptabilidad, vanguardia y capacidad de integración. El fabricante ha sabido ensamblar un extenso porfolio de soluciones que cubren todas las necesidades en materia de comunicaciones de pequeñas, medianas y grandes organizaciones. Pero, ante todo, ha depositado toda su confianza y recursos en una amplia y cualificada red de partners.

Mitel nació en 1973 con un sueño que ha conseguido cumplir apenas unas décadas después: erigirse en uno de los líderes mundiales del mercado de las comunicaciones empresariales, mejorando y facilitando la forma en que se comunican y colaboran los empleados de miles de compañías. Hacer realidad tamaño reto solo era posible gracias a la magnitud de una multinacional que emplea 3.000 profesionales en todo el mundo, cuenta con más de 1.400 patentes y aplicaciones, y aglutina una red de más de 4.000 socios de canal.

Como ha quedado patente este último año, los modelos para trabajar se encuentran en continua transformación, aunque no existe un solo camino para acometerlas. Si

bien la situación que vivimos ha puesto en evidencia la necesidad de transformación y adaptación al cambio del puesto de trabajo y la experiencia del cliente, es un hecho que no todas las organizaciones la acometen del mismo modo. Uno de los elementos diferenciales de Mitel pasa por proporcionar opciones flexibles, adaptables a cada necesidad del mercado.

El camino a seguir es muy probablemente aquel que haga posible combinar de manera creativa las tecnologías tradicionales y las nuevas tecnologías de forma que:

- Se puedan atender las necesidades inmediatas y también a largo plazo del trabajador híbrido.
- Se proporcione una experiencia de cliente moderna y diferencial.
- Se pueda acceder a modelos de financiación con pago por uso.
- Y todo ello sin forzar a los clientes a rupturas tecnológicas, con el impacto negativo que en muchos casos esto supone, sobre todo entre las grandes organizaciones.

No cabe ninguna duda de que en el mundo actual el éxito de una compañía requiere conectar personas, dispositivos y datos de manera ágil y efectiva. Para lograrlo, Mitel propone soluciones adaptadas a los requerimientos de los distintos tipos de empresas, basados en tres pilares fundamentales:

- Productos tecnológicamente avanzados, con la solidez que proporciona una enorme base instalada y una evolución continua a prueba de futuro. Productos seguros a la vez que abiertos a integraciones con terceros y con opciones flexibles de despliegue.
- Servicios profesionales durante todo el ciclo de vida del proyecto (desde la preventa hasta el mantenimiento), que garantizan la respuesta de la solución a los requerimientos del cliente, así como su implantación real y efectiva.
- Modelos de negocio flexibles, tanto CAPEX como en modo suscripción.

POR TAMAÑO DE CLIENTE

En el ámbito de la **pyme** (hasta 1.200 usuarios), la solución [MiVoice Office 400](#) integra todos los servicios de comunicación que una empresa pueda necesitar en una propuesta compacta, versátil y sencilla, ya sea en forma de hardware en casa del cliente, standalone o en red, o de software virtualizado en cloud. Además de proporcionar absolutamente todas las prestaciones tradicionales centradas en la voz (número único para múltiples dispositivos, gestión compleja de llamadas, grupos de atención, diarios de llamadas, buzón de voz



unificado con correo electrónico, grabación, etc.), MiVoice Office 400 se integra con el servicio [Mitel CloudLink](#) para dotar a los clientes de aplicaciones en la nube que, además, brinda una transición al cloud adaptada al ritmo del cliente. Dado que el sistema utiliza estándares abiertos, en todo momento los clientes pueden estar seguros de que los desarrollos futuros se podrán integrar sin problemas en un proceso completamente fluido.

Entre las aplicaciones concebidas para el segmento de la pyme, cabe destacar la aplicación [MOMA](#) (MiVoice Office Mobile Application) para usuarios móviles, así como la aplicación [MOWA](#) (MiVoice Office Web Application) para usuarios con PC, ya sea en el entorno de oficina o en modelo de teletrabajo. Con MOMA y MOWA, el usuario remoto o de oficina accede desde cualquier dispositivo, con una interfaz única y amigable, a todas las funcionalidades completas de telefonía y también a herramientas de comunicaciones unificadas y colaboración (acceso a directorios, chat, presencia, videoconferencia, etc.).

En el entorno de la **mediana y gran empresa**, las soluciones [MiVoice Business](#) y [MiVoice MXONE](#) se caracterizan, más allá de proporcionar servicios avanzados para usuarios y administradores, por poner el foco en los mecanismos de redundancia que aseguran la accesibilidad, en la seguridad frente a

posibles ataques, y en la robustez y facilidad para desplegar y monitorizar/mantener/actualizar miles de usuarios en arquitecturas de distintas tipologías: despliegue en el datacenter del cliente, en el datacenter del proveedor de servicio (tradicional, Azure, Amazon...) y en entornos híbridos que combinan ambas posibilidades, siendo esta última especialmente interesante para evolucionar al cloud al ritmo marcado por el cliente. Con una enorme base instalada, tanto en la Administración Pública como en la empresa privada, y despliegues en compañías con más de 100.000 usuarios, las soluciones de gran empresa de Mitel se encuentran en continua evolución para acompañar a las organizaciones en su transformación tecnológica. Proporcionan prestaciones de gran valor en grandes sociedades como la capacidad multitenant para diferenciar entidades tanto en lo relativo a usuarios y recursos como en lo tocante a administradores, o la disponibilidad de múltiples interfaces para interconexión con soluciones de terceros.

SOLUCIONES TRANSVERSALES

Mitel proporciona soluciones transversales, accesibles sea cual sea el servidor de comunicaciones Mitel desplegado (MiVoice Office 400, MiVoice Business o MiVoice MXONE) y el tamaño y tipología de empresa. Entre ellas cabe destacar las siguientes:

HITOS DE MITEL

- ★ Fundada en 1973
 - ★ Más de 3.000 empleados en todo el mundo
 - ★ Más de 4.000 socios de canal en todos el mundo
 - ★ Más de 1.400 patentes y aplicaciones
 - ★ Más de 70 millones de usuarios en más de 100 países
-
- * N°1 mundial en número de usuarios de comunicaciones cloud
 - * Más de 5 millones de usuarios de comunicaciones cloud
 - * N°2 mundial en Comunicaciones Unificadas as a Service (UCaaS)
 - * Más de 1,5 millones de usuarios de UCaaS
 - * N°3 mundial en sistemas para contact centers
 - * Más de un millón de usuarios nuevos de Comunicaciones Unificadas al trimestre

❖ La solución de Experiencia de Cliente [MiContact Center](#). Con una interfaz de usuario sencilla y amigable, MiContactCenter proporciona una experiencia omnicanal realmente integrada y consistente. Tanto los agentes como los administradores manejan de manera dinámica e interconectada todas las relaciones con los clientes, sea cual sea el canal utilizado (voz, chat, webchat, mail, redes sociales, etc.). El medio puede ser muy diverso: desde una interfaz física como un sistema de ticketing para gestión de turnos hasta una aplicación de video para atención ciudadana. Una de las tendencias crecientes en el campo de la experiencia de cliente, es la automatización y la integración de la inteligencia artificial en las interacciones con los clientes que permiten dar la respuesta adecuada en un tiempo reducido sin que ello implique necesariamente la intervención de un agente humano. En estos tiempos en que el dimensionamiento de los recursos humanos cobra más importancia que nunca y en que el modo en que los clientes se comunican con las marcas se ha transformado, es clave permitir que los agentes humanos se centren en las interacciones en las que el valor vaya más allá de la información mediante la implementación de agentes virtuales. Y, con estos cambios, la necesidad de herramientas de análisis de datos es otra de las grandes prioridades: conocer de

forma analítica cómo interactuamos con los clientes y trabajar en mejoras continuas en estas dinámicas de relación toma más fuerza que nunca. En este escenario, Mitel busca constantemente ofrecer una experiencia de cliente más personalizada y eficiente y, para ello, complementa su propuesta de valor con alianzas estratégicas para impulsar este área, como el acuerdo con Google para integrar sus soluciones de Contact Center e Inteligencia Artificial. Por otro lado, MiContact Center otorga la flexibilidad para que el personal de atención al cliente pueda también trabajar

desde casa con las herramientas adecuadas y el mismo grado de compromiso, servicio y eficiencia que si estuvieran en la oficina.

❖ La aplicación de colaboración y movilidad para el puesto de trabajo remoto o de oficina [MiCollab](#) ofrece en un portal único el acceso a todas las funciones de telefonía, directorios corporativos, diarios de llamadas, chat avanzado, buzón de voz visual, presencia, grupos de trabajo por proyectos, etc. Y todo ello sin necesidad de VPN. Junto con la aplicación [MiTeam Meetings](#) para colaboración en tiempo real con vídeo, chat y voz, constituyen la suite perfecta



EN POS DE LAS NUEVAS EXPERIENCIAS DE COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN

para comunicarse y trabajar en equipo de forma fluida e integrada independientemente de la ubicación y del dispositivo utilizado.

❖ La gama de terminales SIP de sobremesa proporcionan un equipo adaptado a cada tipología de usuario. Desde terminales básicos hasta dispositivos con pantalla táctil e integrados con el móvil, todos ellos con una calidad máxima de audio. Cabe destacar los nuevos terminales SIP 6920t y 6930t, fabricados con plásticos antimicrobianos, especialmente adecuados para dispositivos compartidos por distintos usuarios en entornos de oficina, hospitales, hoteles, etc. Las superficies de plástico del teléfono están fabricadas con

materiales plásticos protegidos con tecnología antimicrobiana BioCote®, que inhibe el crecimiento de ciertos virus y bacterias en las superficies del teléfono hasta en un 99,9%, según pruebas de laboratorios independientes de acuerdo con las normas ISO 22196-2011 e ISO 21702-2019.

❖ La solución de movilidad SIP-DECT brinda movilidad combinando la seguridad y fiabilidad de la tecnología DECT con el despliegue de antenas IP. Capaz de gestionar despliegues con miles de usuarios, cubre las necesidades de movilidad tanto en entornos pequeños de oficinas y tiendas, como en entornos industriales complejos, almacenes, campus, etc.

Además, permite complementar la voz con servicios de mensajería y localización.

❖ CloudLink es el servicio cloud de Mitel que permite dotar a todos los servidores de comunicación y aplicaciones Mitel, tanto desplegados on premises como en cloud, de servicios de valor añadido en la nube. Entre estos servicios, que se amplían cada día, se encuentran: las aplicaciones MOMA/MOWA para usuario móvil y web, la solución de videoconferencia y colaboración MiTeam Meetings, servicios de chat para MiCollab/MOMA/MOWA/MiContactCenter, APIs para integración con aplicaciones de terceros adaptadas a distintos verticales, etc. ■



LÍDER EN COMUNICACIONES EMPRESARIALES

Mitel, líder mundial en el mercado de las comunicaciones de empresa, ayuda a las empresas y a los proveedores de servicio a conectarse, colaborar y proporcionar servicios innovadores a sus clientes. En el ámbito de las Comunicaciones Unificadas y Colaboración (UCC), Mitel es un líder [reconocido en la industria](#).

RECURSOS DE MITEL PARA UNA EXPERIENCIA DE COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN SUPERIOR





Trabaja de forma inteligente, estés donde estés.

Las reuniones y la colaboración son más productivas si es posible realizar una transición fluida entre chat, voz y vídeo usando una sola aplicación en la nube.





TECNOLOGIA Y SANIDAD:

la mejora en
la atención del usuario

Patrocinadores:

COMMSCOPE®
RUCKUS®

GRENKE

SOPHOS

S21
SEC



Las TIC en Sanidad: el paciente como eje central de las nuevas tecnologías

En un mundo impulsado por la digitalización, la integración de la tecnología es prioritaria, más si cabe en un sector como el de la sanidad, sometido a significativos cambios durante el último año.

La pandemia generada por el Coronavirus SARS-CoV-2 ha puesto de manifiesto la importancia de contar con un sistema sanitario eficaz, accesible y resiliente, no solo a nivel de capacitación de los profesionales, sino también en lo referente a infraestructuras, servicios de alto valor, y, por supuesto, mejores tecnologías.

Y es que, como en todo, aunque en el sector sanitario con más razón, la adopción de nuevas tecnologías, sobre todo de las centradas en la Información y la Comunicación (TIC), puede aportar un valor diferencial. La Socie-

dad Española de Informática de la Salud (SEIS) considera las TIC, “imprescindibles para afrontar los retos actuales de los sistemas de salud en sus procesos de modernización y racionalización, y para lograr la transformación digital del sector. Además, su utilización intensiva favorece el tejido industrial, la innovación y la economía del país”.

Sin embargo, en este contexto de evolución digital, es importante tener en cuenta que la transformación tecnológica del sector sanitario debe ir más allá de la mera digitalización de los procesos; también implica ofertar nuevos productos y servicios digitales a los pacientes, además de acercar capacidades de diagnóstico, tratamiento y seguimiento a millones de personas, sin importar su ubicación.

Precisamente, y a lo largo del último año, con el sistema de salud colapsado a causa de la Covid-19, el redireccionamiento de la asistencia a los pacientes a través de la atención y el seguimiento a distancia ha sido más trascendental que nunca, convirtiéndose en muchos casos en la única alternativa, bien como primera capa informativa o canal de comunicación bidireccional entre el usuario y los diferentes profesionales de los distintos niveles asistenciales.

En este sentido, y junto a la telemedicina, Internet se ha alzado como medio idóneo para que los pacientes puedan acceder a asistencia médica sin tener que pasar por hospitales y centros de salud. Así, sistemas de videoconsulta, video llamadas, aplicaciones móviles o chatbots están

siendo muy utilizados. También, otras tecnologías como Inteligencia Artificial, Machine Learning, Big Data o la analítica avanzada de datos están permitiendo progresar en cuanto a detección temprana y previsiones de evolución del coronavirus, entre otras. Y, por supuesto, IoMT, el Internet de las Cosas Médicas, un sistema de dispositivos médicos interconectados que utilizan sensores informáticos para así poder intercambiar datos a través de Internet. Con esta tecnología es posible conocer con mayor precisión la situación del paciente, aplicar tratamientos más efectivos y facilitar la prevención.

No obstante, y pese a estos avances, el sistema sanitario español, sobre todo la sanidad pública, sigue aquejado de una escasez de recursos de

distinta índole. Años de falta de inversión, barreras administrativas, desajustes estructurales y una segmentación política incesante han lastrado su digitalización, actuando como verdaderos inhibidores. A este respecto, el [Índice SEIS 2019](#) cifra la inversión sanitaria actual en TIC en España en 707.344 euros, un 3% menos que en 2018, mientras que el personal especializado en TIC y el gasto global en plataformas tecnológicas también se ha reducido un 1,86% y un 8,19% respectivamente.

En la actualidad, y tras lo acontecido a lo largo del último año, es de esperar que la tendencia cambie: la Covid-19 ha acelerado la adopción digital en todos los ámbitos, incluido el sanitario, por lo que las TIC se hacen imprescindibles para afrontar los retos actuales.



IMPULSAR UNA ESTRATEGIA DE SALUD DIGITAL

Sobre este necesario avance, la ministra de Sanidad, Carolina Darias, adelantaba el pasado mes de febrero [los principales puntos](#) que constituyen la hoja de ruta de su Ministerio para los próximos años y entre los que se encuentran, la digitalización y la innovación de la sanidad. Adicionalmente, el Gobierno de España ha incluido en los Presupuestos Generales del Estado (PGE) para 2021 una dotación de 400 millones de euros para la [Renovación de Tecnologías Sanitarias](#) en el Sistema Nacional de Salud (SNS), además de 295,5 millones destinados a acelerar la estrategia digital del SNS.

A nivel privado, empresas como Accenture ya valoran que las empresas sanitarias preparadas

para el futuro implementen estrategias digitales más innovadoras. Ya se trate de aplicaciones móviles, nube, EHR o wearables, las organizaciones líderes pueden cambiar fundamentalmente la forma en que se presta la atención médica.

Es de prever, por tanto, que estas iniciativas, y otras que estén por venir, potenciarán la innovación del sector sanitario, un nicho que hasta ahora se ha centrado mayoritariamente en integrar tecnologías dirigidas a modernizar el propio sistema en sí, como la Receta Electrónica o el acceso a la historia clínica electrónica por parte de los facultativos, más que en otras dirigidas a cubrir las necesidades reales de pacientes y profesionales.

Preciso es también procesar adecuadamente los volúmenes masivos de información que caracterizan la actividad propia de los servicios de salud y que bien aprovechados pueden generar enormes beneficios.

EL DATO, EL ACTIVO MÁS SENSIBLE

La digitalización de los dispositivos utilizados en el entorno de la sanidad genera una ingente cantidad de información sensible sobre el ser humano. Se estima que en 2020 se alcanzaron los 25.000 petabytes de datos en el entorno sanitario, una cifra que sigue incrementándose de forma exponencial, influida también por el desarrollo de dispositivos IoT, que están contribuyendo a que los datos crezcan a una escala nunca vista.

Tal acumulación masiva de datos hace imposible su gestión a través de sistemas tradicionales, por lo que tecnologías como Big Data, Business Intelligence o la analítica de datos ofrecen nuevas posibilidades para la elaboración de modelos predictivos, patrones de comportamiento o para la provisión de servicios más personalizados en tiempo real. Igualmente sientan la base para la interoperabilidad electrónica de la información sanitaria y allana el acceso a la tan ansiada Medicina 5P (Personalizada, Predictiva, Preventiva, Participativa y Poblacional); el cruce entre la sanidad y Big Data.

El análisis de grandes conjuntos de datos también ha servido como base para la aplicación de la Inteligencia Artificial, Machine Learning o Deep

La pandemia de coronavirus va a incentivar a las organizaciones a prestar más atención a la seguridad de la infraestructura, redoblando su enfoque en la seguridad digital





TECNOLOGIA Y SANIDAD: la mejora en la atención del usuario

Learning en el campo de la salud, como una herramienta fundamental de la medicina personalizada. Estas tecnologías pueden ampliar la analítica con el aprendizaje continuo y los análisis, derivando en una ventaja para el ser humano gracias a mejoras en el diagnóstico precoz de enfermedades, los tratamientos a medida, y una mejor administración eficaz de recursos sanitarios.

Por tanto, no hay duda de que el tratamiento global y sistemático de los datos ha abierto un nuevo mundo en distintas áreas. Sin embargo, el acceso a datos personales por parte de facultativos, máquinas y demás responsables no gusta a todos por igual.

En este contexto, satisfacer las expectativas sobre la privacidad y seguridad de los datos se hace clave para impulsar la sanidad digital. Sin duda, el conocimiento por parte del paciente de la finalidad del uso de sus datos y de los mecanismos de protección empleados incrementará la confianza en la sanidad digital.

PROTEGER Y CUIDAR LOS DATOS

La información confidencial que maneja el sector sanitario es de gran interés para la ciberdelincuencia por lo que se ve continuamente sometida a ataques, además de ser víctima de brechas o fugas de información que generan un gran coste económico (5,8 millones de euros, en 2020, según [Data Breach Report](#) publicado por IBM). Y es que, por su importante información, los registros médicos de pacientes tienen un valor en el mercado

negro hasta [50 veces superior](#) al de la información financiera personal, lo que explica que los ataques contra el sector sanitario se incrementen sin medida. No hay más que ver que el número de intentos de ataque contra empresas de la salud aumentó a nivel mundial un [45% durante los dos últimos meses de 2020](#), según indica Check Point, más del doble de lo que creció en todos los sectores a nivel mundial. En el caso de España, el número de ataques contra infraestructuras sanitarias también se duplicó en ese periodo, tal y como revela dicha fuente.

Las amenazas más comunes que afectan al sector salud tienen su origen en el correo electrónico: suplantación de identidad, campañas de phishing, adjuntos maliciosos, aunque es el ransomware el que muestra el mayor aumento, sobre todo la variante Ryuk. Los cibercriminales saben que una interrupción del servicio en un hospital puede ser crítico, por lo que apuntan sus objetivos a estos blancos, más propensos a satisfacer sus demandas de rescate.

SIN VACUNA PARA LOS ATAQUES

En cuanto a las tendencias, es de esperar que la pandemia de Covid-19 siga actuando sobre la mayoría de las amenazas y riesgos, muchos de estos directamente relacionados con el aumento del teletrabajo. En este sentido, el mayor uso de soluciones en la nube, conexiones VPN, servicios de escritorios VDI, redes de confianza cero y gestión de identidades, servicios y tecnologías



La pandemia de coronavirus va a incentivar a las organizaciones a prestar más atención a la seguridad de la infraestructura, redoblando estas su enfoque en la seguridad digital

para el acceso remoto, uso de herramientas colaborativas o aplicaciones de videoconferencia generará que los ataques a estos entornos, en especial a los [sistemas públicamente expuestos](#), sigan creciendo. También los ataques y vulnerabilidades relacionados con redes domésticas o dispositivos personales y los dirigidos contra farmacéuticas, laboratorios de investigación dedicados a la Covid-19. Asimismo, y en relación a los ataques de ransomware, es necesario señalar una tendencia, ya consolidada, como es la sofisticación de dichos ataques.

Sin duda, la medicina se usará como señuelo al menos hasta el final de la pandemia. El factor humano es uno de los componentes más importantes de muchos ataques, y la información sobre nuevas restricciones regulatorias, tratamientos potenciales y la salud del paciente seguirá atrayendo la atención de los usuarios. Los expedientes médicos filtrados también se convertirán en parte del gancho de los ataques dirigidos, ya que la información precisa del paciente hará que los mensajes falsos sean mucho más creíbles.

No obstante, también hay buenas noticias. La pandemia de coronavirus va a incentivar a las organizaciones a prestar más atención a la

seguridad de la infraestructura, redoblando estas su enfoque en la seguridad digital. Es más, según se desprende del Informe de Ciberpreparación de Hiscox 2020, la industria española de Pharma y Salud ha mejorado con respecto a 2019 tanto su ciberpreparación, incrementándose desde el 4% al 12% el número de empresas calificadas como expertas, como la inversión en TI. Las compañías participantes han pasado de invertir el 4,6% del presupuesto de TI en ciberseguridad al 13,73% en 2020. Además, más de la mitad (56%) dicen integrar aspectos de ciberseguridad en todos los procesos y proyectos desarrollados en su plan de negocio, convirtiendo esta área en una variable transversal a toda la organización.

A raíz de esta situación, no hay duda de que las TIC juegan y jugarán un papel determinante en las organizaciones sanitarias, para facilitar la gestión eficiente de los servicios ofrecidos a la ciudadanía y la capacidad asistencial. La necesidad de comunicarse de manera efectiva con los pacientes es una prioridad, como ha quedado demostrado. Por tanto, hay que seguir trabajando para aumentar las conexiones digitales con los pacientes (más datos y análisis



en tiempo real) para mejorar la calidad asistencial mediante una medicina basada en la evidencia y en el análisis del dato para la toma de decisiones adecuadas. Es hora de desarrollar una medicina personalizada con la ayuda de las TIC. ■

MÁS INFORMACIÓN

-  [Índice SEIS 2019](#)
-  [Hoja de ruta del Ministerio para digitalizar e innovar en Sanidad](#)
-  [Renovación de Tecnologías Sanitarias en los Presupuestos Generales del Estado](#)
-  [IBM Data Breach Report](#)
-  [Incremento de ataques a organizaciones sanitarias por la Covid19](#)



Una infraestructura de red inteligente mejora los resultados, las operaciones y la seguridad a todos los niveles.

Los centros de atención médica super conectados del mañana ofrecen oportunidades casi ilimitadas para potenciar la conectividad universal (cableada, Wi-Fi y celular en interiores) para construir una red estable de servicios, aplicaciones y herramientas que sirven como base de la evolución de su red a largo plazo. Desde la oficina más pequeña hasta el laboratorio de investigación más avanzado y el campus hospitalario más grande, existen nuevas y emocionantes formas de mejorar la atención sanitaria y la eficiencia operativa.

Conozca las soluciones de CommScope para el Sector Sanitario: [Click aquí](#)



Transformación tecnológica como paso previo hacia un nuevo modelo de sanidad

El de la Sanidad es un segmento especial, tanto por la necesidad de inmediatez en la respuesta como por la sensibilidad de los datos que manejan. Por ello, este sector debe poner todo de su parte para ofrecer un servicio continuado, pero sin descuidar aspectos como la seguridad de la información o la protección de los dispositivos de salud. Los retos, por tanto, no dejan de crecer. ¿Está la Sanidad española preparada para superarlos?

Para hablar de estos temas y analizar otras cuestiones como el estado actual de la inversión en la Sanidad, nuevas formas de financiación y servicio o conocer qué se está haciendo, tanto desde la sanidad pública como privada para proteger los datos y luchar contra el incremento de ciberataques, hemos contado con la participación en esta #MesaRedondaIT de Bernardo Gómez, territory account manager Iberia de CommScope; Marco Frühauf, vicepresidente de Grenke; e Iván Mateos, Ingeniero pre-venta de Sophos. Asimismo, incluimos las opiniones y valoraciones de Jairo Alonso, ICS security consultant de S21Sec, quien por problemas de última hora no pudo conectarse al debate.

ESTADO DE SALUD TECNOLÓGICO

Sin duda, y en lo que respecta a la adopción de Tecnologías de la Información y la Comunica-



“La situación actual puede repetirse, y hay que estar preparados. No obstante, el ritmo de inversión se ralentizará a medio plazo, porque las inversiones se han adelantado. En un año hemos avanzado lo que en condiciones normales hubiese llevado entre tres y cinco”

BERNARDO GÓMEZ, TERRITORY ACCOUNT MANAGER IBERIA DE COMMSCOPE

ción, el sector sanitario ha dado un gran paso de gigante a lo largo del último año. En este contexto, Bernardo Gómez considera que la situación provocada por la pandemia ha servido como “catalizador para impulsar la adopción de este tipo de tecnologías y si bien aún queda mucho camino por recorrer, el sanitario se encuentra en un punto significativamente desarrollado”.

Algo distinto ocurre en lo concerniente a los flujos de caja, donde Marco Frühauf, evidencia algunos desafíos: “durante el último año, algunos subsectores, como el de las farmacias, han tenido que hacer frente a una falta de tesorería, al no recibir, o fluir más lenta, la financiación proveniente de las Administraciones Públicas”. Por tanto, y aunque por su trascendencia este sector demanda estar perfectamente equipado, “también requiere estar bien financiado, y aquí todavía hay aún muchos retos”.

“La rápida digitalización de principios de 2020 abrió la puerta a nuevos riesgos en ciber-

seguridad, que han tenido que ir mitigándose”, reconoce Iván Mateos. Sin embargo, y aunque la situación actual es más positiva de lo que se preveía, el sector sanitario sigue en el punto de mira de muchos atacantes. No obstante, “las empresas están actuando, tomando decisiones a corto y medio plazo y en ese sentido no vamos por mal camino, aunque hay que seguir avanzando”.

“La sanidad española dispone de prácticamente los últimos dispositivos del mercado”, destaca Jairo Alonso, por lo que, a nivel de equipamiento tecnológico está bastante actualizada para hacer frente a los problemas de ciberseguridad. Sin embargo, “esto no significa que no existan otros equipos y dispositivos tradicionales que sigan funcionando perfectamente”, reconoce este responsable.

INVERSIÓN SIN PLANIFICACIÓN

A raíz de lo comentado, no hay duda de que la inversión en tecnologías a lo largo del último



año ha sido muy importante en Sanidad. Sin embargo, ¿se han hecho estas adquisiciones en base a una planificación o las empresas se han dejado llevar por la alarma del momento?

Aunque, en los primeros meses, la aceleración en los procesos de digitalización llevó a muchas empresas a realizar una inversión tecnológica no planificada, Marco Frühauf considera que según se fue avanzando, y teniendo acceso a más información, la situación varió. “Las grandes inversiones se han hecho bien, han sido planificadas. Sin embargo, sobre todo al principio, se tomaron decisiones precipita-

das; se adquirió equipamiento que no era necesario o que no era la solución adecuada, debido a una gran desinformación”.

En la misma línea, Iván Mateos coincide en destacar cierta improvisación a la hora de adquirir equipamiento, porque al principio lo que primaba era la productividad. “Hoy con el conocimiento de que esta situación aún se va a extender en el tiempo se impone la planificación, ajustar los presupuestos a las necesidades, ya sin prisa. En su momento se cometieron muchos fallos, se abrieron más puertas de las necesarias y esto trajo distintas consecuencias. “Lo peor ya pasó y ahora estamos intentando hacerlo todo mejor”.



Sobre las infraestructuras de comunicaciones, Bernardo Gómez destaca que se han acelerado los tiempos de despliegue de las agendas de digitalización ya preestablecidas, variando las prioridades. “Si antes de la pandemia, hospitales y residencias apostaban por el desarrollo de las redes de uso interno, con la integración de tecnologías como IoT, la nueva situación ha llevado a priorizar las redes de accesos para los pacientes. “Hemos pasado de la incertidumbre a la racionalización de la tecnología, una vez entendido a qué nos enfrentamos”.

La adquisición de tecnología debe responder a un plan ya previsto. Así, Jairo Alonso se muestra convencido de que la aceleración en

“La tecnología tiene que ser flexible. Tenemos que poder cambiarla cuando nos convenga. Por ello, tenemos que adoptar un enfoque de pago por uso, y para ello, debe darse un cambio de mentalidad”

**MARCO FRÜHAUF,
VICEPRESIDENTE DE GRENKE**

los procesos de digitalización provocada por la Covid-19, ha comprometido la planificación necesaria en cualquier proyecto de digitalización. Es más, según este responsable, “en el mundo de la seguridad la falta de planificación acaba pasando factura a largo plazo, bien sea en forma de ataque, que no sería lo deseado, o bien obligando a las empresas a incrementar sus presupuestos para optimizar su seguridad”.

CIBERSEGURIDAD

Con una amalgama de empresas públicas y privadas, el de la Sanidad es un segmento especial, tanto por la necesidad de inmediatez en la respuesta como por la sensibilidad de los datos que manejan. ¿Son los retos en ciberseguridad los mismos para la sanidad pública y privada?

Independientemente de que sea público o privado, el sector sanitario tiene que ofrecer un servicio continuado. Por ello, Iván Mateos explica que “enseguida entiendes su forma de trabajar”. Para el personal de IT, la ciberseguridad es importante, pero lo es más que un dispositivo no funcione o que falle una conexión entre máquinas. “Así, es necesario elevar el nivel de ciberseguridad, pero sin olvidar sus requisitos. Los fabricantes debemos poner ciberseguridad sin implicar dificultad, una vez que lo comprendes, el planteamiento coge buen rumbo”.

Sobre esta necesidad de elevar la seguridad, Bernardo Gómez destaca que esta exigencia



es igual tanto en la sanidad pública como en la privada. La diferencia fundamental estriba en la velocidad con la que se adopta y adapta la tecnología, que sin duda es mucho más rápida en el sector privado. No obstante, no hay que olvidar que “la información es crítica, y cada vez hay más dispositivos conectados en el entorno sanitario, por lo que hay muchos riesgos a los que hacer frente”.

Para Marco Frühauf la sanidad pública y la privada abordan sus retos de forma totalmente distinta. Así, “hay enormes diferencias en cuanto a la rapidez en la adopción de medidas o en la toma de decisiones, aunque las necesidades sean las mismas”. Respecto a la financiación de la tecnología, el sector privado está mucho más abierto a nuevos métodos más alejados de los tradicionales. “Los retos y las posibilidades se entienden mejor y se pueden dar soluciones de un modo mucho más eficiente”.

Por su parte, Jairo Alonso reconoce que además de ser un segmento esencial, gran parte

de la sanidad, tanto pública como privada, se considera infraestructura crítica. “Esa significación conlleva que deben aplicarse medidas de seguridad más concretas y que apoyen y favorezcan en todo momento la prestación del servicio”.

Ahora bien, ¿por qué hay tanta diferencia a la hora de afrontar un escenario de ciberseguridad?

Según Marco Frühauf este contraste se debe principalmente a que el sector público es mucho más complejo. “Hay que lidiar con distintas administraciones y organismos por lo que el proceso de toma de decisiones es mucho más largo y difícil, además de existir cierta opacidad a la hora de interpretar por dónde va la cosa”.

En cuanto al ritmo de digitalización, ¿es de esperar que continúe en la misma línea tras la pandemia?

Sobre esta cuestión, Bernardo Gómez observa que esta nueva aproximación a la digitalización se mantendrá. “La situación actual puede repetirse, y hay que estar preparados”.

No obstante, el ritmo de inversión se ralentizará a medio plazo, porque las inversiones se han adelantado. “En un año hemos avanzado lo que en condiciones normales nos hubiese llevado entre tres y cinco”.

Pese a estos avances, toca saber si el dato, está adecuadamente protegido.

El sector sanitario debe gestionar información muy sensible, que no es fácil de manejar, y que si se filtra o se pierde puede traer graves consecuencias. Por ello, Iván Mateos apunta a que es necesario buscar soluciones concretas: “El primer paso es identificar el riesgo, y luego querer abordarlo. Buscar una solución de seguridad concreta para ese problema es más sencillo”.

Muy importante es también cumplir con las distintas normativas para la seguridad de la información. En este punto, Jairo Alonso afirma que a nivel TI, normas de seguridad como la ISO 27001 son seguidas ampliamente en el sector, “el problema viene cuando el sector se olvida de su parte industrial, de cumplir con normas como IEC 62443 que afectan a los dispositivos médicos y a sus redes.

PRINCIPALES RETOS EN SANIDAD

La telemedicina ha llegado para quedarse, tanto en el sector público como privado, por lo que hay que adaptar las infraestructuras para ofrecer un servicio de calidad al usuario.

Así, según Bernardo Gómez es necesario poner los recursos para el personal sanitario en

“La seguridad como servicio puede suplir muchas carencias, pero la falta de conocimientos y experiencia de los usuarios no es uno de ellos. El factor humano suele ser casi siempre el eslabón débil de la cadena, por lo que es necesaria una capacitación en seguridad”

JAIRO ALONSO, ICS SECURITY CONSULTANT DE S21SEC

“Para el personal de IT, la ciberseguridad es importante, pero lo es más aún que un dispositivo no funcione o que falle una conexión entre máquinas. Es necesario elevar el nivel de ciberseguridad, pero sin olvidar sus requisitos”

IVÁN MATEOS, INGENIERO PREVENTA DE SOPHOS

su dispositivo, dotar de conectividad a todo el equipamiento con el que cuentan los centros sanitarios, para que la información fluya libremente, además de garantizar su seguridad: “No solo preocupa que alguien pueda acceder a la información, sino también que pueda modificarla. Estos son los grandes retos”.

Por su parte, Marco Frühauf considera que “la inversión tiene que continuar”, pero es necesario que quienes controlan el dinero, los financieros, cambien su enfoque hacia uno centrado en el pago por uso. “La tecnología tiene que ser flexible. Tenemos que poder cambiarla cuando nos convenga. Por ello, tenemos que adoptar un enfoque de pago por uso, y para ello, debe darse un cambio de mentalidad, que en España está costando bastante”.

Según Iván Mateos, el principal desafío es que el sector sanitario pueda seguir avanzando tecnológicamente, sin incurrir en un riesgo para la seguridad. Una vez llevado este riesgo al mínimo exponente, se podrán ofrecer soluciones en

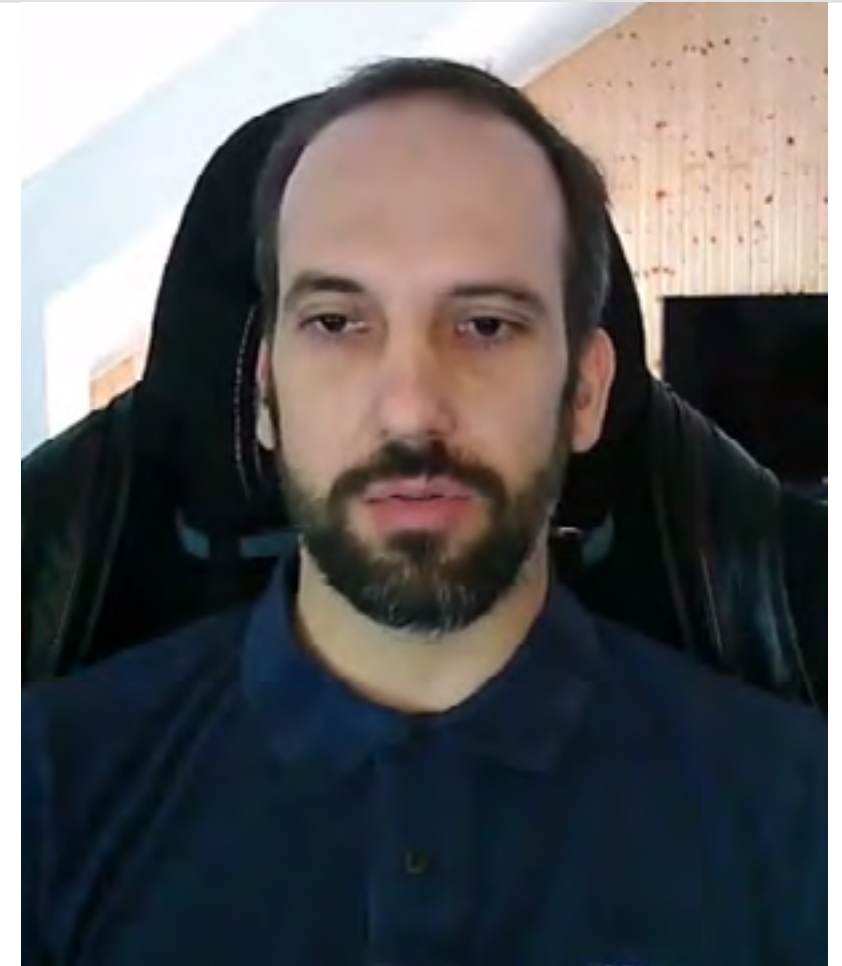
todos los ámbitos: software, hardware y servicios. El reto por tanto pasa porque “tecnológicamente el servicio pueda crecer, que se pueda dar sin interrupción y que la ciberseguridad no sea un problema, para que los trabajadores puedan dedicarse a su trabajo”.

Asegurar una compartición segura de los datos para que los pacientes puedan ser atendidos en cualquier lugar o incluso en remoto y el médico pueda disponer de todo el historial clínico es el principal reto, según considera Jairo Alonso. “Tampoco debe ignorarse la seguridad de los dispositivos que monitorizan y controlan la salud de los pacientes, tanto los que pueden llevar en su propio cuerpo como los utilizados en quirófanos y UCI”.

TECNOLOGÍA Y SEGURIDAD COMO SERVICIO

¿Es el sector sanitario un buen escenario para el despliegue de tecnología como servicio?

Sobre este aspecto Bernardo Gómez reconoce que el sector privado está empezando



a desplegar este modelo por su bajo impacto presupuestario y por la rápida evolución de las tecnologías, lo que permiten estar siempre actualizados. A la contra el sector público sigue anclado en el modelo presupuestario tradicional y se muestra más reticente a este tipo de inversiones. “Es una tendencia que acabará cambiando, pero queda tiempo para este cambio de mentalidad”.

En la misma línea, Marco Frühauf también reconoce el avance de la sanidad privada en este punto, sin embargo, valora que el cambio en el sector público tardará bastante tiempo

en producirse. “Con intereses y procesos que cambian, y atrapadas en concursos públicos y partidas presupuestarias ya fijadas, las administraciones públicas son presas de sus propios métodos y o te adaptas a ellos o no juegas. Al contrario que en la privada, es complicado cambiarles el paso”.

Para Iván Mateos ofrecer la tecnología como servicio es la respuesta, también en ciberseguridad. Ante la falta de capacidades tecnológicas y de expertise, la opción más adecuada es contratar un servicio que se dedique a vigilar la infraestructura, implementar soluciones de pago por uso, sencillas de utilizar y que no afecten a la operativa diaria. “Como fabricantes tenemos que facilitarles el trabajo, ofrecerles una tecnología sencilla, que le permita centrarse en su trabajo. Cuanta más tecnolo-

gía se tiene, más eficiente se vuelve el sector sanitario”.

Por su parte, Jairo Alonso también señala que el sector sanitario es un buen escenario para el despliegue de seguridad como servicio, no obstante, considera que la falta de conocimientos y experiencia de los usuarios no es uno de ellos. “El factor humano suele ser casi siempre el eslabón débil de la cadena, por lo que es necesaria una capacitación en seguridad”. ■



MÁS INFORMACIÓN

▶ [Tecnología y Sanidad: mejora en la atención al paciente](#)

Un mensaje para los responsables tecnológicos

Tras el empujón en inversión tecnológica vivido a lo largo del último año, es de esperar que todo esto siga mejorando de cara a maximizar los resultados. ¿Cómo puede lograrse? Sobre este hecho, “es importante aprovechar la inercia”, reflexiona Bernardo Gómez, “continuar invirtiendo en dos líneas críticas a nivel de infraestructura: la digitalización de los procesos de los centros hospitalarios, pero sin olvidar al paciente, a fin de darle capacidad de comunicación en los centros hospitalarios y en las residencias de mayores cuando se encuentre en ellos”.

Asimismo, Marco Frühauf también aboga por sacar partido de la experiencia, aprovechar todas las herramientas existentes para flexibilizar el modelo de gestión de las tecnologías para una mejor toma de decisiones. “Aprovechar la experiencia y el conocimiento para poder tomar las decisiones adecuadas y ser flexibles, manteniendo una inversión permanente”.

Dialogar, escuchar las necesidades de los responsables de tecnología y ciberseguridad es imprescindible para mantener esta tónica de implementación tecnológica, reconoce Iván Ma-

teos. “A lo largo del último año se han visto los beneficios de implementar tecnología; ante un problema, se puede seguir trabajando e incluso la productividad se incrementa. Tanto técnicos como personal sanitario son igual de importantes para que el servicio no se detenga”.

Por último, Jairo Alonso concluye este bloque con un mensaje similar dirigido a las organizaciones de salud, “que no tengan miedo en contactar con empresas de seguridad. Estamos para ayudarles y podemos identificar sus necesidades principales a nivel de seguridad”.



GRENKE

FAST // FORWARD // FINANCE

¿TUS CLIENTES QUIEREN TU TECNOLOGÍA PERO NO TIENEN LA LIQUIDEZ PARA PAGARLA?

CONTACTA
CON NOSOTROS
916305672
O CONTIGO@GRENKE.ES



Estar a la vanguardia tecnológica para ser más competitivo es una necesidad, pero en ocasiones resulta complicado sin que esto afecte a la liquidez de tu negocio.

Gracias al renting tecnológico y de equipamiento de GRENKE podrás ayudar a tus clientes a conseguirlo. Ellos pagan cómodas cuotas mensuales, en lugar de desembolsar el total, mientras tu cobras el 100% de tu factura en 24 horas. ¡Así de fácil!



WWW.GRENKE.ES

JUAN DIZ, ASESOR SÉNIOR TIC SANIDAD

“Hemos visto que la sanidad va retrasada en la Transformación digital y eso conlleva escasa cartera de servicios digitales no presenciales”

La sanidad es un ecosistema de muy diversos actores y muy complejo y por tanto es difícil generalizar con sus profesionales, pero digamos que buscan una excelente usabilidad y movilidad de los sistemas de información

En su opinión, ¿qué carencias desde el punto de vista tecnológico ha destapado la situación de pandemia que estamos viendo en las Infraestructuras sanitarias?

La obsolescencia de los actuales sistemas de información y la baja calidad del dato han quedado al descubierto con esta pandemia. Asimismo, hemos visto como la sanidad va retrasada en la Transformación digital y eso conlleva escasa cartera de servicios digitales no presenciales, lo que en casos como esta pandemia ha colapsado y retrasado toda la actividad no “covid” existente, impidiendo la accesibilidad y equidad del sistema.

Teniendo en cuenta la criticidad de la Infraestructura sanitaria, ¿qué ventajas aporta la tecnología a los profesionales del sector, tan-

to desde el punto de vista sanitario como de gestión?

Las tecnologías que subyacen en la Transformación Digital son claves para apuntalar la transformación de la sanidad a la medicina 5P. Los sistemas de “Big Data” son vitales para una medicina poblacional y predictiva, las aplicaciones móviles y portales web son esenciales para una sanidad participativa y preventiva y el “Deep learning” y la Inteligencia Artificial dan soporte a la medicina de precisión o personalizada.

¿Cuáles son las principales demandas tecnológicas de los profesionales del sector sanitario?

La sanidad es un ecosistema de muy diversos actores y muy complejo y por tanto es difícil generalizar con sus profesionales, pero digamos que buscan



“La Sanidad se tiene que transformar a una sociedad digital y eso requiere consensos que permitan cambiar las organizaciones, procesos y por último sistemas”

una excelente usabilidad y movilidad de los sistemas de información que realmente le descargue de tareas burocráticas y de sus procesos, así como que le asista en su actividad profesional de una manera “responsive” no intrusiva y que aprenda y se adapte a cada profesional y su contexto de manera dinámica e incremental

Poniendo en el centro la atención al paciente/usuario, ¿cuáles son las tecnologías más relevantes que impactan en esta atención?

Aquellas que le apoyen en su rol de medicina participativa mediante aplicaciones móviles, asistentes virtuales, portales de paciente y “wearables” sanitarios, los cuales deben aportar datos objetivos de los pacientes. Muchas veces los pacientes y los profesionales establecen una relación de manera verbal con indicación de percepciones que no ayudan a acotar los problemas de salud con eficiencia. Los datos recogidos y cuantificables

(hábitos de sueño, actividad, pulsaciones durante las 24h, así como saturación de oxígeno pueden dar una dimensión objetiva de los problemas de salud y son además susceptibles de ser gestionados por sistemas de “machine learning” que descarguen al profesional de tareas de poco valor. La calidad y cantidad de los datos aportan mejor información y como ultimo mejoran el conocimiento de los ciudadanos y sus dolencias.

¿Hasta qué punto la Transformación Digital es una realidad en el entorno Sanitario? ¿Podemos diferenciar entre Sanidad Pública y Privada?

La Transformación Digital en este sector tiene que ser precedida de una Transformación de la Sanidad. La Sanidad se tiene que transformar a una sociedad digital y eso requiere consensos que permitan cambiar las organizaciones, procesos y, por último, sistemas.

La Sanidad en general va atrasada en esta transformación, si bien es cierto que hay tanto en el sector Público como Privado excepciones, pero en todo caso es un proceso muy complejo y lento.

¿Hacia dónde debe evolucionar la Sanidad y cuáles son los aspectos más críticos de mejora?

La sanidad debe y está evolucionando hacia las líneas estratégicas que indica la Sanidad 5P antes mencionada (Poblacional, Preventiva, Participativa, Preventiva y de Precisión/personalización) con el último objetivo de ser medida en base e a resultados de salud, a su valor aportado a la sociedad.



Sin embargo, en tecnología en sistemas de información en Sanidad existen elementos tan básicos por mejorar como la simple identidad única del paciente o la obsolescencia del puesto de trabajo, así como la capacitación digital de profesionales y pacientes, además de escasez de profesionales TIC con experiencia en Sanidad. No tenemos que olvidarnos que venimos de una escasez de financiación TIC en Sanidad que de manera crónica ha retrasado su evolución. Esperamos que los anunciados Fondos Europeos en sanidad transformen para bien un sector tan crítico y esencial como es la sanidad y que la pandemia ha subrayado. ■

Juan Diz, asesor sénior TIC Sanidad

Master en Dirección de Sistemas y Tecnologías de la Información y Comunicaciones de la Salud por la ENS Escuela Nacional de Sanidad del Instituto Carlos III, e ingeniero de Telecomunicaciones Universidad Politécnica de Madrid. Más de 32 años de experiencia en empresas de equipamiento médico de alta tecnología médica, empresas de soluciones digitales de Imagen Medica, así como consultoras TIC de Sanidad.

Las redes de atención sanitaria obtienen más beneficios de una solución de infraestructura llave en mano

COMMSCOPE®
RUCKUS®

Internet de las cosas (IoT) está revolucionando innumerables sectores de la industria, permitiendo una automatización más avanzada y un mayor control de todo tipo de aplicaciones IT y OT. Estas incluyen iluminación, sistemas de seguridad y climatización (HVAC). Si bien casi todas las industrias pueden beneficiarse del IoT, la atención sanitaria ofrece un conjunto particularmente diverso de casos de uso.

Aunque esto supone un futuro apasionante para la evolución de las redes de atención sa-

nitaria, también introduce un considerable nivel de complejidad que puede impedir que una organización médica aproveche plenamente la eficiencia operativa, la mejora de la seguridad y la ampliación de las capacidades que posibilita el IoT, o como se suele denominar en el contexto de las redes sanitarias, el Internet de las cosas médicas (IoMT).

IOMT APORTA UNA ENORME DIVERSIDAD DE APLICACIONES

Pocos espacios comerciales pueden siquiera acercarse al tipo de necesidades de procesamiento de datos de una moderna institución sanitaria u hospital. El movimiento fiable y rápido de información es de misión crítica, la se-

guridad física y de los datos debe cumplir con estrictos estándares regulatorios, el personal y los pacientes ampliamente distribuidos requieren una conectividad de gran alcance, y tanto el inventario como los equipos deben ser minuciosamente gestionados de forma cercana.

Algunos ejemplos específicos de los dispositivos que responden a estas necesidades son:

- ❖ Cámaras y sensores de seguridad conectados por IP en todas las instalaciones
- ❖ Señalización digital para dirigir a pacientes y visitantes a sus destinos
- ❖ Sistemas de gestión de alerta de cama y desplazamientos que mantienen a los pacientes seguros

“Dado que las instalaciones médicas y sus áreas estériles son lugares difíciles para instalar la infraestructura de red, una solución sencilla y llave en mano puede contribuir a que su inversión en red tenga un retorno de la inversión positivo más pronto”

- ❖ Acceso a la información y entretenimiento en la habitación a través de la red
 - ❖ Botones de llamada del paciente y alarmas de pánico para garantizar que la ayuda llegue rápidamente
 - ❖ Gestión de inventario mediante RFID o Tags activos WiFi para asegurar que las existencias sean adecuadas y que las auditorías sean sencillas
 - ❖ Automatización de edificios con la integración de las cerraduras de las puertas de acceso con tarjetas, via WiFi, Zigbee y BLE
 - ❖ Software de gestión automatizada de infraestructuras (AIM) que supervisa y protege todas las conexiones de red en tiempo real, automatiza las alarmas y administra toda la documentación de la red en tiempo real para asegurar los datos y garantizar la privacidad de los pacientes
- Mirando todas estas funciones, aplicaciones y servicios, parece una tarea casi imposible in-

tegrar tantos tipos diferentes de conectividad en una sola infraestructura de red. Sin embargo, eso es exactamente lo que CommScope ofrece a las redes de salud de todo el mundo. Una infraestructura de red llave en mano que es simple, fiable y adaptable. Con tantas piezas móviles, una red que permita el IoMT no puede permitirse ser una solución fragmentada. Unir un mosaico de tecnologías de infraestructura no solo degrada el rendimiento general, sino que también aumenta el tiempo y los problemas de instalación. Dado que las instalaciones médicas y sus áreas estériles son lugares difíciles para instalar la infraestructura de red (abrir techos y paredes a menudo requiere cerrar partes necesarias y rentables de las instalaciones), una solución sencilla y llave en mano puede contribuir a que su inversión en red tenga un retorno de la inversión positivo más pronto. ■



La comunicación como puntal para la telemedicina

El sector sanitario, sobre todo en lo que tiene que ver con tecnología, ha vivido una catarsis a lo largo del último año. A este respecto, Bernardo Gómez, territory account manager Iberia de CommScope, considera que las agendas tecnológicas sobre digitalización que tanto la sanidad pública como privada tenían concretadas se han acelerado, permitiendo que en poco tiempo se haya avanzado lo que en circunstancias normales habría llevado cuatro o cinco años. Sin duda la tecnología aplicada al sector sanitario ha acelerado este proceso de adopción.

Ahora bien, pese a este paso de gigante en cuanto a adopción de tecnologías, lo cierto es que el sector sanitario tiene por delante aún muchos retos, desafíos que bien encarados, gracias al apoyo de empresas especializadas, pueden suponer no desandar lo ya andado.

Sobre estos retos, Bernardo Gómez reconoce que el principal es que ha cambiado el modelo de negocio de la sanidad. Cada vez surgen nuevas aplicaciones en el entorno sanitario, como la telemedicina, que está muy ligada a la infraestructura de comuni-

caciones y es precisamente ahí donde CommScope puede aportar valor al sector sanitario, tanto en la parte de infraestructura con redes de cableado y fibra, para toda la parte de comunicaciones de los centros sanitarios; como en lo que concierne a la infraestructura activa con la conectividad inalámbrica y las redes LAN, requisitos indispensables para poder ofrecer un servicio de telemedicina de forma adecuada.

Asimismo, Gómez razona que para desarrollar este modelo de telemedicina es ineludible interconectar todos los centros de toma de decisiones con los puntos donde se genera la información. Esto en el entorno sanitario es crítico porque hay que conectar un ecógrafo o un equipo de radio diagnóstico con un médico que trabaja desde su casa dando tele asistencia a sus pacientes. Es decir, la información generada en diferentes sistemas tiene que fluir de una manera eficiente y de manera segura. Por tanto, es crítico dotar de infraestructuras de comunicaciones robustas y seguras a los centros sanitarios para poder trabajar en este nuevo modelo de servicio.



VALOR DIFERENCIAL

Cuando se plantea una estrategia de comunicación, un director de IT de un centro sanitario tiene que pensar tanto en la conectividad de las personas como en la conectividad de las cosas. Son las dos líneas de actuación críticas, y que permitirán que un médico pueda acceder a toda la información relevante de un paciente.

Para ayudar a las organizaciones del sector sanitario a dar este paso, desde CommScope consideran que estas entidades deben realizar una actualización de sus redes de comunicación empresariales, evolucionando desde una arquitectura tradicional

de un punto de acceso inalámbrico, o punto de acceso WiFi, hacia un modelo de nodos de comunicaciones convergentes. En estos nodos de comunicaciones no solo se va a poder dar conectividad WiFi al usuario, a un dispositivo concreto, sino que también va a ser posible adoptar nuevas tecnologías sobre todo del espectro de IoT dentro de esta propia infraestructura.

Gracias a esta correlación, las organizaciones podrán reforzar sus redes LAN para convertirlas en redes multiservicio, dada la convergencia hacia el mundo IT, principalmente hacia el mundo IoT.

Tecnología para una sanidad más eficiente

JUAN CARLOS FARIÑAS, Área Manager de GRENKE España

La pandemia de Covid-19 ha dejado lecciones muy valiosas para el futuro de la sociedad. Una de ellas es la importancia de la tecnología como una herramienta necesaria para la gestión del sistema sanitario. En España, la Sanidad ha visto cómo los avances en materia tecnológica se han convertido en sus mejores aliados durante los meses más virulentos del coronavirus.

Desde las video llamadas, que consiguieron conectar a familiares con enfermos aislados, hasta la telemedicina, una forma de recibir prescripción

médica que algunas comunidades autónomas ya han implantado en sus sistemas sanitarios.

La pandemia ha acelerado la puesta al día de la Sanidad con una revolución tecnológica de la que se había quedado descolgada, si la comparamos con otros sectores donde las soluciones y herramientas IT están a la orden del día.

De esta manera, empresas e instituciones sanitarias han visto la necesidad de utilizar esta vanguardia tecnológica para ofrecer una mejor atención al paciente y mejorar el trabajo del profesional.



Conseguir la implementación de los avances tecnológicos en la sanidad es la función de empresas como GRENKE, donde lo que aportamos se traduce en agilizar el trabajo de los sanitarios al favorecer y mejorar el seguimiento de los pacientes con herramientas que pueden evitar que tengan que acudir en repetidas ocasiones a los centros de salud.

Así, ciencia y tecnología se conjugan al cuidado de la salud para el diagnóstico, vigilancia y tratamiento de diversas enfermedades.

“La tecnología sanitaria es, en la actualidad, un instrumento esencial en la asistencia sanitaria, ya que consigue aliviar el dolor, las lesiones y la discapacidad de los pacientes, al tiempo que mejora la eficacia de las prestaciones sanitarias”

Gracias a ella, se obtienen diagnósticos precoces y más certeros, tratamientos menos invasivos y se reduce el tiempo de hospitalización y de rehabilitación, mejorando así la calidad de la atención sanitaria y aumentando la esperanza de vida de los pacientes.

La tecnología sanitaria es, en la actualidad, un instrumento esencial en la asistencia sanitaria, ya que consigue aliviar el dolor, las lesiones y la discapacidad de los pacientes, al tiempo que mejora la eficacia de las prestaciones sanitarias.

Beneficia a miles de millones de personas en todo el mundo, no solo en los hospitales, sino también en residencias y en el propio hogar. Forman parte de ella desde material desechable, como agujas o test de embarazo, hasta sofisticados equipos de diagnóstico, glucómetros, desfibriladores, robots quirúrgicos menos invasivos, máscaras de oxígeno, marcapasos, y un largo etcétera.

El futuro ya está aquí con los avances en tecnología sanitaria centrados en la robótica apli-

cada a la atención médica, la biotecnología, la telemedicina, los chatbots entre médico y paciente o las aplicaciones móviles orientadas a la salud, entre otros.

TECNOLOGÍA MÉDICA ACCESIBLE

Así y todo, el talón de Aquiles de toda esta revolución tecnológica viene siendo su financiación. No obstante, y al mismo tiempo, la inversión en nuevas tecnologías es fundamental para mantener el ritmo del progreso de las ciencias médicas modernas y para afrontar los retos que se ciernen sobre el sector. Los hospitales, centros clínicos y farmacias experimentan la presión de mejorar la experiencia de los pacientes en lo que se refiere al tratamiento, el diagnóstico, la atención y la comunicación.

Desde GRENKE aportamos soluciones que permiten un acceso a la tecnología de forma asequible y sin castigar su cuenta de resultados; y a sus pacientes disfrutar de lo último en tecnología sanitaria.

La apuesta es sencilla: un amplio portfolio de alternativas a la financiación tradicional de equipos médicos. Hay distintas soluciones de arrendamiento disponibles, y cada una de ellas se puede estructurar de forma diferente para ajustarse a necesidades concretas, ya sea en términos de presupuesto o de uso previsto. El arrendamiento ayuda a garantizar un acceso a las mejores y más recientes tecnologías sanitarias sin necesidad de una inversión sustancial por adelantado.

Y ya hay soluciones reales que van más allá del simple arrendamiento y que cubren toda la gestión del ciclo de vida de los equipos. Algunas de ellas pueden ser el pago por escaneo, los servicios de equipos gestionados y el mantenimiento inclusivo. Un aspecto crucial es que estas soluciones se ocupan del activo al final de su vida útil, de modo que los métodos de reciclaje y eliminación segura no son responsabilidad del cliente.

Al final de lo que se trata es de brindar el acceso a la tecnología repartiendo los costes y el presupuesto con más eficacia. ■

Financiación flexible al servicio de la sanidad

Tecnología y sanidad van de la mano. Sin embargo, en ocasiones el acceso a la tecnología puede ser un proceso complicado bien por la inversión que conlleva o porque el proceso de gestión se torne farragoso. Para ayudar a las empresas sanitarias en su digitalización, existen soluciones financieras flexibles capaces de adaptarse a las distintas necesidades que presentan estas organizaciones. Marco Frühauf, vicepresidente de Grenke, aborda estas alternativas y explica cómo han ido ganando en importancia a lo largo de estos últimos meses.

Desde el inicio de la pandemia, el modo de adquirir tecnología ha ido cambiando. Durante una primera fase el sector sanitario, como tantos otros, se lanzó a adquirir equipamiento tecnológico para dar respuesta a las nuevas necesidades que iban surgiendo a causa del confinamiento, para después, tras unos meses de grandes inversiones, volver a un periodo de mayor moderación. Se ha pasado por tanto de un escenario de prisas y desorganización, de compra y financiación sin análisis previo de las necesidades reales, a otro de mayor medida y examen, avanzando ya lo que podría ocurrir después del confinamiento.

A este respecto, Marco Frühauf reconoce que ha sido una época de grandes cambios para las empresas del sector sanitario, pero también para compañías como la suya, dedicadas al renting tecnológico, y que han tenido que adaptar sus sistemas y modelo de negocio a cada nueva situación surgida.

En este punto, y teniendo en cuenta, además, que la solvencia de las empresas se ha ido debilitando a causa de las grandes inversiones iniciales, desde Grenke se aboga por que las organizaciones del sector sanitario avancen hacia nuevas fórmulas de financiación que les permitan superar estos y otros escollos que les afectan de cara a adquirir tecnología. En este contexto, los principales desafíos a los que tienen que hacer frente estos actores tienen que ver con su necesidad de hacer inversiones y su incapacidad para realizarlas con las herramientas que normalmente utilizan; una financiación tradicional.

Por eso, Marco Frühauf expone la importancia de que estos agentes, no solo grandes hospitales, comunidades autónomas, sanidad pública, sino también sanidad privada, doctores o farmacéuticos conozcan nuevos métodos de financiación con los

que invertir en tecnología y adaptar sus negocios a la situación actual, como puede ser el pago por uso, que permite disponer del uso de tecnología y bienes de equipo sin aumentar el endeudamiento de la empresa.

PAGO POR USO COMO SOLUCIÓN

Ahora bien, ¿es esta situación de pago por uso igual cuando se habla de grandes clientes, pequeños clientes, sector público, privado...?

Por su dimensión, se trata de realidades muy distintas, ya que, por ejemplo, mientras una pequeña farmacia tiene que subsistir con la tesorería que genera, un gran hospital, ya sea público o privado, cuenta con un importante respaldo económico.

No hay que olvidar que el sector sanitario es muy tradicional en cuanto a la gestión y manejo de los fondos y los recursos

económicos. Esto le da una gran dependencia de la financiación tradicional, que está en manos de bancos, ya sean comerciales o especializados.

No obstante, toda la banca tradicional está ahora exigiendo un nivel de solvencia o unos requerimientos para ofrecer financiación muy altos, también sobre la documentación a aportar. Por ello, y cuando se trata de operaciones más sencillas, con una menor cuantía para hacer la inversión, el cierre de la operación puede depender más de cómo se gestione la documentación de la financiación que de la propia decisión del dueño del pequeño negocio y del fabricante de hacer la instalación. De este modo, y en un sector en el que se exige que todo sea rápido y sencillo, Grenke apuesta por simplificar este proceso. Realizar una gestión en minutos, sin un solo papel y de forma digital.



Ciberseguridad y funcionalidad, el futuro de los entornos OT

JAIRO ALONSO, ICS Security Consultant, S21sec

Desde la pandemia, el sector sanitario ha cobrado más relevancia que nunca y ha experimentado un rápido proceso de transformación digital. Sin embargo, esto ha provocado que el sector se exponga a importantes riesgos de ciberseguridad, cuya solución requiere de una mayor colaboración entre las empresas de ciberseguridad y el sector sanitario, en especial, los fabricantes de dispositivos médicos. La evolución tecnológica ha ayudado a los hospitales y al personal sanitario a proporcionar una mejor atención a los pacientes, pero la situación

de emergencia ha provocado también que se pasen por alto ciertos protocolos de ciberseguridad necesarios en el sector sanitario. Esto no solo supone un riesgo para los trabajadores de los hospitales, sino que también puede repercutir en la salud de los pacientes.

Es comprensible que los fabricantes quieran presentar sus productos al mercado lo antes posible para llevar ventaja con respecto a la competencia, pero, en ocasiones, esa urgencia hace que se salten el primer paso de



trabajar conjuntamente con las empresas de seguridad ya que, en un inicio, ahorran tiempo y costes. Aun así, sus productos quedan expuestos innecesariamente a riesgos de ciberseguridad. Además, tampoco suele tenerse en cuenta que al aplicar la seguridad más adelante, dichos dispositivos

requerirán de recertificaciones, cuyos procesos suelen ser todavía más lentos y costosos. Es cierto que existen limitaciones a la hora de aplicar ciertas medidas de seguridad en este

“Una de las tácticas más eficaces para prevenir ciberataques es la formación. Es fundamental promover la concienciación entre el personal sanitario acerca de los riesgos informáticos a los que se expone el sector”

tipo de dispositivos, dado que podrían afectar a su funcionalidad. No obstante, este riesgo se puede solventar integrando la ciberseguridad desde la etapa más temprana: su diseño.

La seguridad de los dispositivos médicos es de vital importancia, y la única forma de garantizarla es haciendo que los fabricantes y las empresas de ciberseguridad trabajen de manera conjunta desde un primer momento, para así evitar costes adicionales y otros problemas más graves, como pueden ser los ciberataques. De hecho, desde S21sec hemos tenido constancia de varios ataques de ransomware dirigidos al sector sanitario que implicaban el secuestro de equipos o cifrado de datos, y ha sido una de las razones por las que la ciberseguridad se ha convertido ahora en una preocupación global para los profesionales del sector.

El aumento de la conectividad entre dispositivos, el uso de tecnologías estándar y la acelerada digitalización de los sistemas de automatización, ha provocado que muchos sectores queden expuestos a riesgos de ciberseguridad. En este caso, los ciberataques son una amenaza todavía mayor

para el sector de la atención sanitaria, ya que un ataque que interrumpa cualquier actividad puede suponer una cuestión de vida o muerte. Por ello, desde S21sec consideramos que el sector sanitario debe implantar determinadas estrategias con el objetivo de protegerse.

Para empezar, una de las estrategias más eficaces a adoptar es el modelo de ciberseguridad de confianza cero o Zero Trust. En los entornos OT, es básico separar las comunicaciones propias de Internet de la red IP corporativa y de los dispositivos médicos. El enfoque de confianza cero también recomienda y se basa en implementar controles en el tráfico de la red con el fin de evitar y contener ataques de usuarios que aprovechan estas vulnerabilidades para, en el mejor de los casos, hacerse con información personal y confidencial de salud.

Es crucial que el sector sepa cómo protegerse de los ataques de ransomware ya que, como he mencionado anteriormente, desde S21sec hemos detectado varios ataques a centros hospitalarios, infectando sus equipos informáticos y extrayendo información confidencial para posteriormente

reclamar un rescate económico. En este sentido, los empleados deben saber qué acciones suyas pueden poner en riesgo la ciberseguridad de la infraestructura y, en última instancia, facilitar una brecha que los atacantes aprovechen para desplegar un ransomware.

Es por ello, que una de las tácticas más eficaces para prevenir ciberataques es la formación. Es fundamental promover la concienciación entre el personal sanitario acerca de los riesgos informáticos a los que se expone el sector, como estafas en materia de ciberseguridad o tácticas de phishing. Es alarmante que exista tal desinformación en este aspecto, pues la realidad es que hay vidas que dependen de un dispositivo médico, ya sea en su hogar, o en el propio hospital. Ya que es complicado superar la escasez de perfiles cualificados en seguridad, es importante formar al personal y además, confiar en empresas de ciberseguridad que puedan proporcionar respuestas de incidentes desde un SOC-OT.

En definitiva, además de apostar por la formación en ciberseguridad en entornos sanitarios, los fabricantes de los dispositivos médicos y las empresas de seguridad deberían trabajar conjuntamente para diseñar dispositivos óptimos, velando por la seguridad de los pacientes y empleados de los centros sanitarios. En S21sec contemplamos un futuro cercano donde será posible lograr este objetivo que podrá reducir tiempo y costes y, lo más importante, priorizar la seguridad, ante todo. ■

Seguridad y concienciación para evitar ataques

Tres son los retos que tiene el sector sanitario en estos momentos: asegurar la confidencialidad de los datos, proteger la red de comunicaciones y salvaguardar los dispositivos de salud. Para afrontarlos, se debe establecer una estrategia basada en la seguridad de esos activos, pero sin descuidar la formación de las personas.

El sector sanitario se ha alzado como uno de los principales objetivos de los ataques cibernéticos, incrementándose el número de ofensivas alarmantemente. Por este motivo, Jairo Alonso, consultor de sistemas de control industrial de S21sec, explica qué acciones son necesarias para proteger datos y recursos adecuadamente, además de ofrecer otra serie de recomendaciones de seguridad a llevar a cabo.

Efectivamente, por las actuales circunstancias, el sector sanitario se enfrenta a tres retos principales: asegurar la confidencialidad de las historias médicas, proteger su propia red corporativa de comunicaciones, y salvaguardar los dispositivos de salud destinados a monitorizar las constantes vitales de los pacientes cuando están ingresados en un centro médico.

La historia médica no deja de ser información que debe resguardarse ya que se trata de datos críticos que pueden determinar en muchos casos acciones respecto a una persona.

En base a ello, se hace imperativo que esa información no quede alojada en cualquier servidor, sino en servidores internos corporativos. Los datos tampoco deben estar publicados en Internet, ni ser accesibles desde el exterior, y cuando sea necesario realizar un intercambio de información, por un tema de pacientes o similar, utilizar siempre canales seguros. Asimismo, y siempre que sea posible, es recomendable utilizar redes propias, y no recurrir a servicios de terceros que puedan poner en riesgo la información de los pacientes.

No obstante, y pese a seguir estas recomendaciones los datos pueden enfrentarse a amenazas que, como el ransomware, están golpeando con fuerza desde hace meses al sector sanitario.

Como medidas de seguridad y de protección ante este tipo de amenaza, Jairo Alonso recomienda, como primer punto, la formación, a fin de que las personas sean capaces de identificar por dónde puede entrar un ataque de ransomware y



notificar cada vez que detectan una brecha. También es muy importante disponer de herramientas de monitorización de la red del sistema sanitario en general, para que al menor indicio de una posible brecha de seguridad o de un ataque, se tenga constancia, y pueda contenerse. El objetivo es evitar por todos los medios que el ransomware se expanda a otros servicios y que los cibercatacantes consigan cifrar historias clínicas de pacientes, lo que impediría tratar adecuadamente a estos usuarios. Además de acciones para luchar contra el ransomware, Jairo Alonso ofrece tres recomendaciones de seguridad a llevar a cabo.

La primera de ellas tiene que ver con la separación o aislamiento de diferentes componentes que integran la infraestructura

tecnológica, como son la red que da servicio a los dispositivos de monitorización de salud, la red en la que se incluyen las herramientas de trabajo habituales del sector (correo electrónico, páginas web, etc.), y las historias clínicas y su acceso. Adicionalmente, es muy importante crear políticas y procedimientos que permitan asegurar y elevar el nivel de seguridad sanitario, imponiendo medidas que impliquen mejoras de dispositivos o adquisición de nuevos elementos de seguridad, entre otros.

El último es la concienciación. Es fundamental que todo el personal, esté muy concienciado y comprenda de dónde puede venir un ataque, y qué medidas se pueden tomar para prevenirlo y que no se produzca.

Ciberseguridad en el sector sanitario en pandemia



IVAN MATEOS, Ingeniero Preventa, Sophos

El sector de la salud es hoy muy vulnerable. En medio de una de las peores crisis sanitarias que ha golpeado a la sociedad moderna, los ciberatacantes están explotando hechos como el aumento del teletrabajo, que en muchos casos se ha iniciado con poca o ninguna experiencia y planificación previa, miedo y ansiedad, y una fuerza laboral médica con exceso de trabajo.

El fallo de los sistemas de atención médica puede tener consecuencias nefastas: problemas en ordenar medicamentos, perder el historial médico de un paciente, programar operaciones o hacer que las ambulancias no estén disponibles a tiempo durante las emergencias. Por otro lado, los ciberdelincuentes aprovechan cada vez más la mayor dependencia de la atención médica de herramientas y dispositivos digitales. Se han aprovechado de esta crisis global lanzando ciberataques a través de correos electrónicos de phishing con temas relacionados con la pandemia, ataques de ransomware spear-phishing, que paralizan la atención médica y comprometiendo emails empresariales.

Además, para adaptarse al número de infecciones en rápido aumento y para respaldar la infraestructura de atención médica existente, muchos países han tenido que crear instalaciones médicas temporales para albergar a los pacientes infectados por COVID-19 o para atender los turnos de vacunación. Dado que estas instalaciones se crean rápidamente y la prioridad es brindar atención al paciente, la seguridad se convierte en una prioridad menor, y se pasan por alto muchos pasos cruciales para proteger las redes y los dispositivos y la información que estos manejan.

Un resultado de la pandemia también ha sido el aumento significativo en la cantidad de datos de salud de los pacientes almacenados por el gobierno y las organizaciones de salud. Los datos personales como los parámetros de salud diarios, el estado de salud comórbido, los proveedores de seguros, así como el seguimiento de todos aquellos que entran en contacto con una persona infectada, pueden explotarse para el robo de identidad y venderse por un alto valor en la dark web.

Para que las organizaciones de salud ganen terreno a las ciberamenazas modernas, deben seguir ciertas estrategias clave de seguridad para protegerse correctamente contra posibles ciberataques. A continuación, damos cinco consejos de seguridad para intentar conseguirlo:

1. ADOPTAR EL MODELO DE SEGURIDAD DE CONFIANZA CERO O ZERO TRUST

Un informe reciente muestra que en el sector sanitario hay más infracciones causadas por amenazas internas que externas. Esto puede atribuirse a un error humano, a la falta de supervisión en ciberseguridad o al abuso intencionado del privilegio de acceso a datos y sistemas confidenciales.

Al implementar un enfoque de confianza cero, las organizaciones de salud pueden introducir controles granulares en el tráfico de la red. Esto limita la oportunidad de que los atacantes y los usuarios deshonestos obtengan acceso a información personal confidencial de salud (PHI) mientras permanecen bajo el radar.

2. MEJORAR LA CIBERSEGURIDAD CONTRA LOS ATAQUES DE RANSOMWARE

El ransomware es un arma devastadora en manos de los ciberdelincuentes que tienen como objetivo el sector sanitario, y es responsable de más del 70% de los brotes de malware en el sector.

Estos ataques han detenido operaciones sanitarias, han paralizado los dispositivos y sistemas médicos conectados y han cifrado los registros sanitarios para que los sanitarios no puedan acceder a ellos.

Sophos no sólo ofrece una seguridad líder en ransomware, sino que también realiza un seguimiento del desarrollo de ransomware mediante una rigurosa investigación de SophosLabs. Sophos Intercept X con EDR y Sophos XG Firewall trabajan conjuntamente para interrumpir y rechazar los ataques avanzados de ransomware.

3. SUPERAR LA ESCASEZ DE PERSONAL CUALIFICADO

La falta de personal contratado con los conocimientos y la experiencia adecuados en materia de ciberseguridad es uno de los principales desafíos para los proveedores de servicios de salud. Esto es especialmente un dolor de cabeza para aquellos que no tienen un experto en seguridad a tiempo completo.

Para las organizaciones sanitarias que carecen de recursos en ciberseguridad, Sophos ofrece el servicio de Managed Threat Response (MTR). Este

“Para que las organizaciones de salud ganen terreno a las ciberamenazas modernas, deben seguir ciertas estrategias clave de seguridad para protegerse correctamente contra posibles ciberataques”

servicio ofrece una supervisión eficaz y una evaluación continua de los riesgos, así como un equipo de expertos dedicado las 24 horas del día, los 7 días de la semana a mitigar y resolver cualquier ataque.

Nuestra solución va más allá de las simples alertas, ya que proporciona una respuesta a incidentes reales contra las amenazas, asegurando que el riesgo se identifica, se contiene y que se toman medidas correctivas de inmediato.

4. CUBRIR LOS PUNTOS CIEGOS EN SUS ESFUERZOS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Las transacciones de información entre los pacientes, los cuidadores, aseguradoras y otras partes interesadas deben ser fluidas pero también seguras.

Es crucial proporcionar un acceso fiable y seguro a los datos clasificados de la asistencia sanitaria

en un momento en que muchos hospitales están adoptando nuevas tecnologías como los dispositivos médicos conectados a la red, la telemedicina y aplicaciones médicas como los sistemas de comunicación y archivo de imágenes (PACS).

Sophos, con sus últimos dispositivos XG Firewall y SD-RED, hace posible conseguir una conectividad en línea con sus objetivos de seguridad y continuidad. Se permite no solamente enrutar tráfico a nivel de aplicación o usuario sino también aprovechar todas las ventajas de la seguridad sincronizada de Sophos en entornos SD-WAN

5. PROMOVER LA CONCIENCIACIÓN EN CIBERSEGURIDAD

Otra preocupación importante para el sector sanitario es la falta de formación sobre ciberseguridad y la escasa conciencia sobre la privacidad de los datos entre los empleados.

Las organizaciones de atención sanitaria deberían realizar campañas periódicas de sensibilización para que sus empleados, socios y proveedores sean más conscientes de las últimas estafas y de las tácticas de phishing, y así estar mejor preparados para tomar las medidas adecuadas cuando se encuentren con malware o phishing.

Con Sophos Phish Threat, los equipos de seguridad informática pueden simular ataques de phishing con sólo unos pocos clics, y proporcionar formación rápida, automatizada e in situ a los empleados de atención sanitaria según sea necesario. ■

Mantener el servicio activo protegiendo la información

Los ciberataques contra el sector sanitario se han multiplicado en el último año, y este sector se enfrenta al reto de proteger sus activos. Abordando esta realidad, Iván Mateos, Sales Engineer de Sophos, explica por qué el sector socio sanitario está recibiendo más ataques que ninguna otra industria, y ofrece las claves para mantener la actividad diaria sin alteraciones mientras se aseguran todos los activos.

Efectivamente, por las actuales circunstancias, el sector sanitario, no solo hospitales sino también los laboratorios o las farmacéuticas, se ha convertido en una realidad muy visible, hecho que no pasa desapercibido para los ciberatacantes.

En este sentido, Iván Mateos considera que además de lanzar su artillería en modo de ciberataques contra organizaciones, también lo han hecho contra los usuarios, que a diario reciben emails de phishing, con la excusa de una vacuna o de cualquier otro tema sanitario.

Por tanto, y para frenar esta incertidumbre, el sector sanitario tiene que poner remedio, y afrontar algunos retos, siendo el principal el de mantener

el servicio lo más activo y productivo posible, pero sin olvidar que lo que manejan y gestionan es información muy sensible: los datos de los usuarios o de los pacientes. De este modo, esta digitalización que está acometiendo el sector sanitario para mejorar la infraestructura debe ir acompañada innegablemente de ciberseguridad, que debe ser tomada como un valor elemental.

DISPOSITIVOS IOT

Importante es también custodiar los dispositivos que manejan datos sensibles, como los dispositivos IoT, que pueden recolectar cantidades significativas de información sobre sus usuarios y su entorno. Por ello, es imperativo minimizar los riesgos de sufrir un incidente de seguridad, protegiendo tanto el dispositivo como la información que gestiona. A este respecto, es necesario salvaguardar la conexión a la red de estos dispositivos, limitar su acceso, (el qué y quién puede acceder a qué).

Hoy en día, en el mercado, ya existen soluciones de segmentación de red, firewalls, y dispositivos de protección que ya tienen en cuenta los equipos de IoT,



por lo que es perfectamente compatible la integración de este tipo de dispositivos con la parte de ciberseguridad.

Por último, Iván Mateos lanza también unas cuantas recomendaciones para que los responsables de IT mantengan la seguridad a raya. Entre ellas destaca la importancia de no alargar la vida de equipos que están fuera de soporte, aplicaciones antiguas, sistemas operativos obsoletos. En este sentido reconoce que, aunque es difícil el cambio, hay que entender que estos son problemas de seguridad. Por tanto, hay que intentar mantener aplicativos y sistemas lo más actualizados posibles, optar por soluciones

de ciberseguridad que permitan un manejo sencillo, como es el caso de Sophos, que cuenta con una consola para todos los productos, lo que simplifica la ecuación.

Adicionalmente, y para mejorar esta seguridad, Mateos sugiere aplicar el concepto de las tres Cs: cifrado de los dispositivos, con el objetivo de que si se pierde un dispositivo que no se pierda la información; cambio de contraseñas; y, por supuesto, concienciación, con recursos didácticos y de entrenamiento. Si se consigue eso, si se acompañan las herramientas de nueva generación con concienciación, todo puede ser mucho más efectivo.

S21^{SEC}

CIBERSEGURIDAD **INDUSTRIAL**

Servicios enfocados a una gestión eficiente de los riesgos de ciberseguridad industrial.



Conoce tus sistemas de automatización y control mejor que el enemigo.



Ahuyenta a potenciales atacantes de tus instalaciones industriales.



Vigila a tu enemigo en los procesos industriales.



Lucha contra el enemigo de tus instalaciones industriales.

Para más información puedes visitar www.s21sec.com/es/ciberseguridad-en-el-sector-industrial/ o escribir un correo a marketing@s21sec.com

Los cuidados sanitarios deben dejar atrás las redes heredadas

Nadie duda de que en plena pandemia es más complicado planificar una actualización tecnológica de amplio espectro en la red de su organización de cuidados sanitarios. Sin embargo, de algún modo, el estrés experimentado por los proveedores de cuidados sanitarios hace que ahora sea el momento perfecto para observar cómo funciona la red desde un nuevo ángulo y determinar qué nuevas e inteligentes posibilidades surgen a raíz de la pandemia

Si hay algo que hemos aprendido todos desde comienzos de 2020 es que la adaptabilidad y la flexibilidad de las redes es incluso más importante de lo que se creía antes. Las redes de atención sanitaria a menudo se ven limitadas por sistemas antiguos ineficaces y aislados que resultan difíciles de mejorar y, algunas veces, imposibles de integrar. Ahora que las normas de atención sanitaria han cambiado radicalmente, estos límites resultan más costosos e insostenibles. Si la eficacia operativa se ve mermada, también se resiente el estado operativo de su organización.

LOS RETOS DEL FUTURO Y LOS QUE YA ESTÁN AQUÍ

El rápido cambio realizado para adoptar interacciones de telemedicina, los servicios digitales de hospitalización y la conexión al Internet

de las Cosas Médicas (IoMT) crean nuevos requisitos para la red y su infraestructura.

Para seguir el ritmo y abordar la necesidad de disponer de redes fiables, adaptables y seguras, la actualización de la red es la única opción que permite la forma de suministrar atención médica al paciente. Al mismo tiempo, los elevados costes asociados a la actualización pueden resultar abrumadores y los proveedores de servicios sanitarios deben sopesar las opciones de soluciones con sus necesidades. La inversión debe estar justificada por la duración de la solución, y dicha duración puede determinarse en función de lo sólida y adaptable que sea.

OPORTUNIDADES DISPONIBLES CON LA INFRAESTRUCTURA DE RED ACTUALIZADA

Una red preparada para el futuro es algo más que una infraestructura física más rá-



vida. Supone analizar las estrategias y las soluciones para mejorar el modo en el que se ofrecen los servicios sanitarios y se utilizan las instalaciones. Las soluciones adecuadas pueden hacer posibles nuevos enfoques, arquitecturas y capacidades, como los que se describen a continuación:

★ **Capacidades de edificio inteligente** que conectan los sistemas de calefacción, refrigeración, iluminación y otros servicios ambientales y de seguridad a un gestor de redes automatizado que maximiza el bienestar y reduce los costes

★ **Robótica y realidad aumentada** impulsadas por redes con ultra alta velocidad que realizan procedimientos complejos para ofrecer decisiones mejor informadas y resultados óptimos para los pacientes

★ **Sistemas blockchain seguros** que permiten realizar un registro preciso del inventario y la cadena de suministro, las transacciones financieras, los tratamientos de los pacientes, el procesamiento de reclamaciones de seguros sanitarios y mucho más

★ **Plataformas de aprendizaje mejoradas** necesarias para que los médicos y el personal puedan adoptar estas múltiples y beneficiosas prácticas de manera rápida y eficaz y disfrutar así de un uso compartido de datos más eficaz tanto en el ámbito de la práctica médica como en el de la investigación

★ **Informática en la nube** que proporciona una plataforma más sólida que la que se

obtendría in situ y que aumenta las oportunidades de procesamiento analítico, automatización operativa y comunicación del personal

★ **Redes 5G** que ofrecen lo más novedoso en alta velocidad, rendimiento de baja latencia en interiores y exteriores para conectar a médicos, personal, pacientes, visitas y dispositivos IoT conectados como dispositivos "wearable" para los pacientes

★ **Plataformas interoperables** que conectan disciplinas y departamentos con el objetivo de simplificar el uso compartido de información crítica y la toma de decisiones

★ **Sistemas basados en IA** que ayudan a obtener diagnósticos precisos y tratamientos eficaces

★ **Soluciones de procesamiento del lenguaje natural (PLN)** que pueden generar notas médicas precisas a partir de texto hablado

★ **Análisis médicos** que pueden procesar de manera eficaz enormes cantidades de datos no estructurados para revelar patrones ocultos en tratamientos y resultados de pruebas

★ **Análisis operativos** que pueden informar a los responsables de la toma de decisiones del flujo de trabajo, la seguridad, la sostenibilidad y los procesos logísticos para aumentar la eficacia operativa de todos los aspectos del centro

Estas son solo algunas de las nuevas herramientas disponibles para los proveedores de

servicios sanitarios que, en una realidad post pandémica, serán cada vez más importantes para el funcionamiento eficaz de una organización de servicios médicos, tanto en el caso de prácticas médicas individuales como hospitales y centros de investigación.

No obstante, el único prerequisite que comparten todas ellas es una infraestructura de red unificada, sólida y preparada para el futuro, y aquí es donde más destaca el exclusivo valor de CommScope como Partner de soluciones. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Soluciones CommScope para el sector sanitario](#)



[Infografía de la Solución de Healthcare](#)



[Infografía de la Solución de Redes](#)



GRENKE. Una amplia experiencia en renting

GRENKE es una compañía especializada en ofrecer a las pequeñas y medianas empresas, y a toda empresa en expansión, el renting como alternativa a la financiación tradicional para la adquisición de tecnología y equipamiento.

Los esfuerzos de GRENKE, van enfocados a combinar el negocio innovador del renting con la rapidez, la confianza y la cercanía, manteniendo siempre vivo nuestro espíritu emprendedor.

La adquisición de equipamiento tecnológico a través del renting es un modelo en alza por sus claras ventajas financieras, fiscales y operativas: Se paga a medida que se usa el bien, no en el momento de la adquisición; las cuotas mensuales son deducibles al considerarse gasto; y al finalizar el contrato se pueden renovar los equipos para así estar siempre a la vanguardia y ofrecer una inmejorable imagen al cliente.

Sabemos que hoy por hoy la tecnología es clave y gracias a nuestras soluciones de renting queremos hacer llegar a todas las empresas, pertenecan al sector o industria que pertenezcan, la posibilidad de crecer, adaptarse o innovar.

GRENKE permite que el cliente, ya sea un autónomo, una empresa, un organismo público o una startup, pueda arrendar prácticamente todo el equipamiento necesario para el desarrollo de la actividad de su negocio in-

cluyendo software, iluminación, TPV, robots o cualquier otro equipamiento. También permite al cliente obtener una planificación realista gracias a las cuotas fijas y una optimización de su tesorería, mejor pagar por uso que hacer un gran desembolso inicial.

GRENKE ofrece a clientes dos grandes líneas de soluciones:

Contrato Classic: Con esta solución cualquier empresa o negocio podrá adquirir el equipamiento que necesite en un momento dado. Desde una máquina de café hasta un equipo de resonancia.

Póliza Máster: Si la empresa requiere el renting de equipos con regularidad, entonces la opción perfecta es nuestra línea de renting,



permitiéndole ahorrar dinero y ofreciéndole ventajosas condiciones.

De esta forma cuidamos y ayudamos a nuestros clientes o partners. Ya que consideramos cada relación única, debido a que cada negocio tiene necesidades particulares que suponen para nosotros retos distintos



cada vez. Por ello trabajamos día a día en soluciones de renting tecnológico y de equipamiento que se adapten 100 % a cada necesidad: contratos desde 500 euros, respuesta a las operaciones en 20 minutos con la mínima documentación y, por supuesto, firma electrónica de los contratos.

En este sentido primero ofrecimos la firma digital eSignature, con la que se pueden firmar los documentos contractuales directamente en pantalla y devolverlos firmados vía digital en un abrir y cerrar de ojos, de forma segura y jurídicamente vinculante. Desde casa, desde la oficina o en movimiento. Todo lo que se necesita es un ordenador, un portátil o un Smartphone, y acceso a internet.

Y ahora, adicionalmente a la firma digital eSignature, nuestros clientes y partners pueden optar por la firma del contrato a través nuestra Signing App. Una carpeta virtual que permite firmar los contratos de manera electrónica sin perder el contacto cercano entre ambas partes.

De esta forma podemos alcanzar nuestro objetivo que no es más que facilitar a los empresarios la puesta en marcha de sus ideas y proyectos. Después de todo, GRENKE también comenzó siendo solo una idea. Cuando empresarios y emprendedores necesitan adaptar la tecnología de su negocio y no disponen de solvencia para hacerlo, el renting de GRENKE es la solución perfecta.



Algo que ya muestra nuestro propio eslogan de marca «Fast. Forward. Finance». Ofrecemos un valor añadido a nuestros clientes porque son nuestra prioridad. ■

MÁS INFORMACIÓN

- [Información para partners](#)
- [Información renting tecnológico](#)
- [Información Productos](#)
- [Información Contrato Classic](#)
- [Información Póliza Máster](#)
- [Información Rent Back](#)
- [Información GRENKE para la sanidad](#)

La detección y prevención, claves en la protección

S21sec es la compañía pure-player de ciberseguridad más grande de Iberia con una dilatada experiencia en el sector, lo que le permite ofrecer una cobertura completa de riesgos de ciberseguridad en los procesos de negocio de las organizaciones.

El desarrollo de un mundo cada vez más hiperconectado, en el que las empresas enfrentan complejos procesos de transformación digital y dependen de un mayor número de dispositivos conectados a Internet, resulta clave proteger los datos de las organizaciones, así como la operatividad de sus sistemas y cumplimiento con el RGPD.

Una plantilla de más de 410 expertos reflejan las capacidades de S21sec para investigar, detectar y prevenir amenazas; piezas clave para reaccionar con mayor rapidez ante cualquier ataque e identificar, diagnosticar y remediar eventuales incidentes en el menor tiempo posible.

Perteneciente al grupo Sonae, S21sec es líder sectorial en España y Portugal por historia, formación, infraestructura y equipo. Está

entre las cinco principales compañías de ciberseguridad de Europa, con la aspiración de liderar el mercado europeo a medio plazo.

Además, cuenta con el primer SOC de España, convertido ahora en un multiSOC global distribuido en cuatro localizaciones, que garantiza la integridad de más de 500 organizaciones en España, Portugal y México.

Su portfolio, que aúna soluciones diferentes de manera transversal, está diseñado en torno a cinco necesidades:

1. Identificar: análisis de riesgos y plan general de ciberseguridad, cumplimiento regulatorio, ciberseguridad en la nube y programas de transformación y Red Team.

2. Proteger: diseño y despliegue de arquitecturas y tecnologías, servicios de forma-



El desarrollo de un mundo cada vez más hiperconectado, en el que las empresas enfrentan complejos procesos de transformación digital y dependen de un mayor número de dispositivos conectados a Internet, resulta clave proteger los datos de las organizaciones

ción y concienciación, gestión de dispositivos de seguridad, seguridad de la información y seguridad ATM.

3. Detectar: SOC gestionado y SIEM como servicio, Unidad de Inteligencia de Ciberamenazas, EDR - Detección y respuesta End Point.

4. Responder: CSIRT - Gestión de incidentes de ciberseguridad 24x7, DFIR - Análisis forense digital y respuesta ante incidentes, plataforma de respuesta ante incidentes, SOAR - Automatización, Remediación y Orquestación de la Ciberseguridad y amenazas emergentes - evaluación y perfilación.

5. Recuperar: Continuidad de negocio y planes de respuesta ante ciber-desastres.

Por último, S21sec se guía por una serie de valores clave a la hora de desarrollar e implementar sus soluciones con éxito:

* **Transparencia:** se pone a disposición la información necesaria para la colaboración y la toma de decisiones colectivas.

* **Excelencia:** se persigue ofrecer la más alta calidad gracias a encontrarse en un continuo proceso de aprendizaje.

* **Trabajo en equipo:** se dedica esfuerzo para encontrar la mejor forma de ayudarse entre sí, poniendo el rendimiento de la compañía por encima del rendimiento individual.

* **Innovación:** se busca la diferenciación a través de implementar cambios que mejoran su eficiencia y ventaja competitiva.

* **Confianza:** se construyen relaciones con las personas y las organizaciones basadas en la confianza y la honestidad.

* **Pasión:** se disfruta del trabajo porque siempre se busca de manera proactiva diferenciarse. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Rediseños de arquitectura de red en SCI](#)



[Detección de anomalías](#)



[Evaluación y gestión de vulnerabilidades](#)



[Inventario de activos](#)





Proteger las TI a partir del conocimiento de las amenazas

La ciberdelincuencia está cambiando y los ciberdelincuentes cada vez están más preparados y coordinados entre sí, utilizando herramientas muy sofisticadas y difíciles de detectar y de parar, por lo que hay que estar constantemente monitorizando y conocer cuál es la situación de la empresa ante cualquier potencial amenaza.

Las soluciones de Sophos destacadas este año y las que mayor crecimiento están demostrando son:

SOPHOS EDR/XDR

Un completo sistema de protección endpoint que engloba la protección tradicional (firmas), junto con protección "next-gen" (Inteligencia Ar-

tificial, anti Exploit, Comportamiento, anti ransomware y anti hacking) así como protecciones complementarias (control web, control de aplicaciones, cifrado, DLP...) y, por supuesto, EDR o, a día de hoy, XDR, gracias a la integración cruzada de datos con nuestros firewalls y sistemas de protección cloud. Su gestión se realiza a través de Sophos Central, lo que permite

la interacción con otros productos de Sophos y gracias a su API, con cualquier fabricante.

SOPHOS MTR, MTR-E Y RAPID RESPONSE

Sophos Managed Threat Response (MTR) es un servicio gestionado de Respuesta frente a Amenazas, que ofrece a las empresas funciones de búsqueda, detección y respuesta ante

Sophos dispone de un ZTNA para securizar, las conexiones de usuarios remotos así como los accesos a servicios en nube

posibles amenazas 24/7. Está formado por un equipo de detección de amenazas y expertos en dar respuesta, capaz de tomar medidas para neutralizar incluso las amenazas más sofisticadas. El factor diferencial de esa solución es que, cuando otros sólo notifican, Sophos puede dar respuesta, apoyándose en el agente de Sophos para realizar las acciones oportunas para la detección y mitigación de la amenaza.

Si aún no es cliente de Sophos, cualquier empresa que sufra un ataque activo puede recurrir a Sophos Rapid Response. Un conjunto de productos y un equipo de expertos que son capaces de ver cuál es la situación dentro de la compañía, detener el ataque, si es posible, y detectar cómo ha venido, a quién ha afectado y limpiar para que pueda operar lo antes posible.

SOPHOS ZTNA

Sophos dispone de un ZTNA para securizar, las conexiones de usuarios remotos, así como los accesos a servicios en nube. Todo ello ges-

tionado desde Sophos Central, integrándose con el cliente de Seguridad Endpoint para facilitar los despliegues y adopción de las nuevas metodologías de conexión, evitando los problemas “habituales” de los sistemas VPN y SD-WAN tradicionales. El modelo Zero-Trust Network Access permite a los usuarios conectarse de forma sencilla a los recursos corporativos desde cualquier ubicación y al mismo tiempo mejora su seguridad al verificar de manera constante al usuario y validar el estado y el cumplimiento del dispositivo, así como la red desde donde se conecta.

SEGURIDAD SINCRONIZADA

Sophos lleva ya más de 5 años conectando a través de su Seguridad Sincronizada los distintos sistemas de protección, compartiendo información.

SOPHOS CLOUD OPTIX

Conscientes de que la TI está migrando a la nube, Sophos propone CSWP y CSPM gracias tanto al agente para servidores como a Cloud Optix, el cual audita los recursos que tengamos sobre proveedores de nube pública como AWS, Azure, Google Cloud o Kubernetes tanto en cualquiera de estos entornos como locales. Además, se integra tanto con la protección de instancias y servicios como MTR, lo que proporciona más visibilidad e información que será recogida en el DataLake.



SOPHOS FIREWALL

La seguridad de red no queda desatendida en Sophos. Desde la compra de Astaro en 2008, la han seguido evolucionando hasta llegar a los modernos Sophos Firewall, gestionados de forma centralizada desde Sophos Central, integrándose con el Endpoint y servicios como MTR así como hidratando el lago de datos para permitir detectar, englobándose dentro de nuestra estrategia XDR. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Informe de Amenazas 2021](#)



[La evolución de la ciberseguridad: el impacto empresarial de Sophos](#)



[Guía de respuesta a incidentes](#)

El sector sanitario está en el punto de mira de los ciberdelincuentes



Sophos Endpoint

Intercept X with EDR

Impida que su organización se vea afectada por el ransomware.

Sophos Endpoint incluye tecnología antiransomware que detecta procesos de cifrado malicioso y los neutraliza antes de que puedan propagarse por la red.

SOPHOS
Cybersecurity evolved.

Cloud, ¿hay opción? Viviendo en la nube híbrida





it TRENDS



it Digital MEDIA GROUP

Director General

Juan Ramón Melara

juanramon.melara@itdmgroup.es

Director de Contenidos

Miguel Ángel Gómez

miguelangel.gomez@itdmgroup.es

Directora IT Televisión y Lead Gen

Arancha Asenjo

arancha.asenjo@itdmgroup.es

Directora División Web

Bárbara Madariaga

barbara.madariaga@itdmgroup.es

Directora de IT Digital Security

Rosalía Arroyo

rosalia.arroyo@itdmgroup.es

Director de IT User e IT Reseller

Pablo García

pablo.garcia@itdmgroup.es

Director de Operaciones

Ángel Porras

angel.porras@itdmgroup.es

Redacción y colaboradores

Ricardo Gómez, Alberto Varet,
Hilda Gómez, Arantxa Herranz,
Reyes Alonso, Belén Juárez
Eva Herrero

Diseño revistas digitales

Producción audiovisual

Favorit Comunicación, Alberto Varet

Fotografía

Ania Lewandowska

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

Cloud = Aceleración digital

2020 fue el año en el que la inversión en cloud superó al gasto en data centers propios, según Synergy Research: el año pasado, el gasto en infraestructura en la nube aumentó un 35% rozando los 130.000 millones de dólares, mientras que el gasto en TI empresarial on-premise se contrajo un 6%, quedando en unos 90.000 millones.

El cambio de tendencia comenzó a percibirse en 2019, cuando ambas categorías estaban al mismo nivel. Pero si ya se veía claro que la nube superaría a la TI local, la pandemia ha impulsado este salto en todo el mundo. Cada vez más, las organizaciones se apoyan en servicios cloud para sostener el negocio y avanzar en la transformación digital.

Además, el aumento en las capacidades computacionales, las aplicaciones más sofisticadas y la explosión de los datos están acrecentando la necesidad de servidores, que no terminan instalados en los centros de datos propios, sino en los de los proveedores cloud.

Desde la firma de análisis indican que en los próximos años no se espera ver ya una reducción drástica del gasto en CPD propio, pero sí prevén un aumento rápido en la inversión en la nube, que servirá para sostener la mayor parte del crecimiento digital de las empresas.

Y es que, cuando una compañía necesita más capacidad, puede optar por invertir en su propio data center –espacio ideal para ciertas cargas–, o contar con las posibilidades de flexibilidad, seguridad y crecimiento que ofrece la nube pública; es más, no tiene que casarse solo con una, puede favorecer a su negocio y a su arquitectura de TI con las propuestas de diferentes proveedores y generar un entorno multi-nube. En la oferta está la opción.



Pero ¿qué supone un entorno híbrido y multi-cloud desde el punto de vista de la administración de TI? Esto es lo que abordamos en el **Encuentro IT Trends** celebrado este trimestre, y en el que trece compañías nos han ofrecido su visión para la gestión y protección de estas arquitecturas cloud mixtas y múltiples. Gracias a Barracuda, Check Point Software, Commvault, Crayon, Dell Technologies, Entrust, Ikusi, Making Science, Micro Focus, NFON, SonicWall, Sothis y Thales Digital Identity & Security, por haber participado en este evento online que [podéis ver aquí](#) y leer su resumen en las siguientes páginas, y a Maica Aguilar Carneros (W4C Spain) y Víctor Escudero Rubio, por aportarnos su visión como expertos tecnológicos.

También en este número de IT Trends descubrimos esas **tendencias tecnológicas que están apuntando la transformación digital** que se aceleró en muchas organizaciones el pasado año; cómo se está investigando y llevando a cabo proyectos tecnológicos en el entorno universitario de la mano de **Andrés Prado, director TIC de la Universidad de Castilla La Mancha** y miembro de la sectorial TIC de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (Crue), y los avances en **computación cuántica** que están haciendo empresas y países. Y ya tenéis disponible el [informe IT Trends 2021. Asimilando la aceleración digital](#), en el que se recoge el estado de las iniciativas TI e intenciones de desarrollo para este año.

Continuemos innovando. ■

Arancha Asenjo
Directora de IT Televisión y Lead Gen Programs

www.ittrends.es

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



**NUEVO
INFORME**



2021. tendencias tecnológicas para la maduración digital

Aunque la pandemia ha afectado mucho a la economía mundial, ha tenido un efecto impulsor de la transformación digital para muchos sectores que estaban retrasando este cambio. Una vez superada la primera etapa de esta crisis, las compañías están consolidando sus estrategias de digitalización, lo que acelerará el desarrollo de ciertas áreas en las que la tecnología está evolucionando para proporcionar soluciones de cara al futuro.

Como todo el mundo espera, 2021 será el año en el que vaya estabilizándose la situación sanitaria, aunque las dificultades económicas propiciadas por la irrupción de la pandemia en el devenir global se prolongarán durante

varios años. La tecnología ha demostrado su papel salvador en muchas de las situaciones que se plantearon en 2020 y continuará ejerciendo su rol como transformador. En este año seguiremos viendo cómo una serie de tendencias tecnológicas

que comenzaron a ganar fuerza el año pasado, están madurando a medida que la situación se va controlando. Cada sector tiene unos objetivos y está siguiendo un camino propio, pero todos tienen como eje principal la transformación

digital. Y también la transición a modelos de negocio digital y la adopción de nuevas estrategias operativas, que aportan flexibilidad y permiten seguir trabajando en situaciones de crisis.

LAS EMPRESAS PRIORIZAN EL TELETRABAJO

Después de que los gobiernos adoptasen medidas de confinamiento, muchas empresas siguieron sus recomendaciones y adoptaron estrategias de teletrabajo para limitar la exposición de sus empleados a posibles contagios. Este es uno de los cambios que se implementaron de forma más apresurada, debido a la urgencia de la situación, pero ha demostrado ser una de las estrategias más inteligentes.

Las restricciones de movilidad han seguido un patrón fluctuante desde la primera oleada de la pandemia, pero la mayoría de las empresas que cuentan con oficinas ha decidido que sus empleados sigan trabajando desde casa, lo que ha sido un acierto. Según los expertos, el éxito que ha tenido esta estrategia en términos generales ha llevado a las empresas de muchos sectores a replantearse su modelo operativo de cara al futuro. Por ello, a partir de este año muchas [adoptarán como prioridad el teletrabajo o las modalidades mixtas](#), que combinan el trabajo remoto y presencial.

Esto tendrá una influencia importante en diferentes mercados vinculados a la tecnología usada en el trabajo desde casa, que verán un aumento importante de la demanda por parte

Aunque las empresas reanuden el gasto en su TI local, seguirán apoyándose en la nube pública para seguir avanzando y para proteger su negocio

de empresas, instituciones gubernamentales y consumidores. Un ejemplo son las [soluciones de comunicaciones unificadas y colaboración](#), que se han convertido en imprescindibles para muchas empresas.

Otro es el mercado de ordenadores portátiles, que se ha enfrentado a una demanda muy difícil de cubrir y ha dado nueva fuerza a categorías antes minoritarias como los Chromebooks, que el año pasado registraron ventas sin precedentes y [seguirán capturando buena parte del mercado vinculado al teletrabajo](#). Además, los requisitos que impone esta modalidad laboral están imponiendo nuevos requisitos técnicos que los fabricantes están adoptando para ofrecer equipos más competitivos.

EL MERCADO DE LA NUBE CRECE Y SE CONSOLIDA

Si hay una industria que ha salido reforzada de la crisis causada por la pandemia es la de servicios en la nube. Desde principios de 2020 las empresas han tenido que recortar al máxi-

mo el gasto previsto en sus instalaciones y en otras tecnologías, destinándolo a áreas vitales para mantener el negocio en marcha. Esto incluye los servicios cloud, que se han convertido en un apoyo fundamental para garantizar los servicios a sus clientes y la capacidad de sus empleados para trabajar desde sus hogares.

Según los expertos, aunque las empresas reanuden el gasto en su TI local, seguirán apoyándose en la nube pública para seguir avanzando y para proteger su negocio. Esto impulsará el [crecimiento del mercado de la nube en los próximos años](#), generando oportunidades para los proveedores de diferente nivel, que tratarán de capturar cuota en un mercado dominado por unas pocas empresas tecnológicas de gran envergadura. Por ahora, el líder del ranking mantiene un dominio absoluto del mercado y, aunque sus competidores principales están ganando terreno poco a poco, los operadores más pequeños están perdiendo terreno.

LOS CENTROS DE DATOS SE EXPANDEN A NUEVOS MERCADOS

El año pasado las empresas recurrieron más que nunca a las aplicaciones digitales para superar la crisis, generando una gran demanda de tráfico y computación en los centros de datos. A esto se sumó el crecimiento exponencial de los principales segmentos del ocio digital, como los juegos online y los servicios de streaming de contenido

multimedia, que también aumentaron la presión en los centros de datos. Esto obligó a los operadores a incrementar el gasto en infraestructura en sus instalaciones, especialmente en los centros de datos de la nube, una tendencia que continuará a lo largo de este año.

Aunque los expertos afirman que muchos operadores centraron sus inversiones estrictamente en cubrir las necesidades del momento, y los proyectos de construcción y ampliación de centros de datos se vieron ralentizado o paralizados, por lo que el crecimiento del sector fue menor de lo esperado en términos generales. Pero este año la mayoría volverá a ponerse en marcha, y se sumarán otros nuevos proyectos en los principales mercados, que servirán para apoyar la transformación digital en todo el mundo. Además, los

expertos destacan que a partir de este año la industria de centros de datos experimentará una rápida evolución, siguiendo tendencias que no se podían anticipar antes de la crisis.

Por otro lado, cabe destacar que no solo se está acelerando la inversión en los grandes mercados de centros de datos, sino que comienzan a ganar peso nuevas localizaciones emergentes en regiones como Asia o Europa, con lugares de gran crecimiento como Madrid, donde se están concentrando nuevas inversiones de la industria. Esta diversificación de la infraestructura global de centros de datos va a continuar en los próximos años, aprovechando la expansión de los nuevos mercados, lo que generará grandes oportunidades para los proveedores de infraestructura y para mercados como el de colocación.

AUMENTAN LOS PRESUPUESTOS DESTINADOS A TECNOLOGÍA

Desde principios de 2020 las empresas han tenido que recortar el gasto al máximo para poder superar la crisis, lo que ha incluido los presupuestos destinados a modernizar y ampliar la TI local. Pero, tras el impacto inicial de la crisis, están volviendo a incrementar el gasto en tecnología para acelerar la transformación digital y mantener su competitividad, una tendencia que continuará este año.

Aunque la pandemia no se ha contenido todavía, y la economía global seguirá sufriendo problemas este año, las empresas de muchos sectores se han dado cuenta de que el futuro de muchos negocios es digital. Para sobrevivir necesitarán invertir recursos en la adopción de nuevas tecnologías, modelos operativos y de negocio basados en lo digital. Esto supone replantear las prioridades de gasto e incrementar los presupuestos destinados a tecnología, algo que los líderes de TI deberán planificar cuidadosamente, en coordinación con otras áreas del negocio que también puedan beneficiarse de estas tecnologías.

LA CADENA DE SUMINISTRO SE MODERNIZA

La pandemia ha puesto de relieve la gran debilidad de la anticuada cadena de suministro global ante situaciones de crisis, ya que el año pasado se produjeron interrupciones graves en el flujo de muchas mercancías fundamentales. Las estrate-



gias tradicionales no permiten anticipar los problemas que se pueden producir ante situaciones complejas en las que confluyen muchas incidencias de forma casi simultánea. Debido a esta rigidez, los integrantes de la cadena no están bien coordinados, por lo que en muchos casos no son capaces de adoptar estrategias que mitiguen posibles interrupciones en el suministro.

Esto está llevando a las empresas vinculadas con toda la cadena de suministro a adoptar tecnologías que les permitan estar más interconectados y poder trabajar en común de forma más flexible e inteligente. Esto abarca desde el [seguimiento de activos a través de IoT y 5G](#) a la adopción de sistemas basados en inteligencia artificial para automatizar muchos de los procesos y contar con mejor información de lo que ocurre a lo largo de toda la cadena. Gracias a ello tanto los fabricantes como los distribuidores a lo largo de toda la cadena pueden anticipar las posibles debilidades de la red y los riesgos potenciales de interrupción, pudiendo desplegar a tiempo las estrategias necesarias.

Con el progreso de la digitalización, las organizaciones están capturando y acumulando más activos digitales de alto valor que deben ser protegidos

Especial mención merece el sector de la logística, en el que las principales empresas están adoptando nuevas tecnologías para optimizar las operaciones en diferentes ámbitos. Por un lado, están adoptando sistemas robóticos para automatizar los almacenes y acelerar la gestión de mercancías. Por otro, están desarrollando nuevas plataformas digitales que facilitan el trabajo de los repartidores, optimizando las rutas de reparto y mejorando la conexión con los clientes finales. Además, algunas empresas pioneras están dando los primeros pasos en el desarrollo de los primeros sistemas de [reparto de mercancías mediante vehículos autónomos](#).

NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA UNA FABRICACIÓN INTELIGENTE

Hasta el año pasado, la industria manufacturera ha ido adoptando las tecnologías que forman parte del concepto de industria 4.0, pero a un ritmo desahogado. Pero con la pandemia muchas las fábricas han sufrido problemas por la escasez de personal y por los bloqueos de la cadena de suministro. Ante esta situación la industria manufacturera en su conjunto está acelerando la transformación digital, aprovechando los [nuevos avances en campos de la tecnología industrial como IIoT](#), la automatización, la robótica o la inteligencia artificial.



Proteja su experiencia en la nube de Azure.

Soluciones para proteger las aplicaciones y la información en Microsoft Azure y garantizar el cumplimiento de las reglas de seguridad »

Más información:

iberia_team@barracuda.com

barracuda.com



STRENGTH IN SECURITY™

Según los expertos, a partir de este año va a acelerarse la adopción de estas tecnologías en la industria de fabricación, [especialmente en sectores como la automoción o la electrónica](#), en los que las cadenas de producción van a seguir automatizándose. Esto permitirá a los fabricantes optimizar todos los procesos de producción, mejorar la calidad de sus productos y ser más eficientes, ahorrando costes una vez que se haya amortizado la inversión inicial.

Aunque, en opinión de los expertos, la automatización de la industria manufacturera todavía tardará unos años y no será completo al 100%, ya que por ahora no hay máquinas capaces de sustituir capacidades superiores del intelecto humano, como los razonamientos avanzados, la intuición y otras habilidades nacidas de la experiencia. Por ello, aunque muchos procesos fundamentales de la industria quedarán al cargo de máquinas robotizadas, los trabajadores humanos estarán al cargo de la toma de decisiones y de ciertos trabajos. Eso sí, en muchos casos [asistidos por robots colaborativos, ya sean fijos o móviles](#), un campo en el que se están llevando a cabo grandes avances.

CIBERSEGURIDAD COMO PILAR DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La seguridad informática siempre ha sido importante para las organizaciones, por lo que tradicionalmente han contratado aplicaciones y servicios

La industria manufacturera está acelerando la transformación digital aprovechando nuevos avances en campos de la tecnología industrial como IIoT

de ciberseguridad para proteger sus sistemas. Pero con el progreso de la transformación digital las empresas han ido ampliando la superficie de ataque, añadiendo localizaciones remotas como la nube o el borde, lo que les ha obligado a incrementar el gasto en ciberseguridad. A esto se suma que los ciberdelincuentes se han vuelto mucho más creativos y han sofisticado aún más sus estrategias, sobre todo a raíz de la pandemia de 2020, lo que ha hecho que las [organizaciones incrementen aún más el gasto en ciberseguridad](#).

Con el progreso de la digitalización, las organizaciones están capturando y acumulando más activos digitales de alto valor, que deben ser protegidos. Como explican los expertos en la materia, los riesgos de sufrir ciberataques aumentan constantemente, lo que está posicionando la ciberseguridad empresarial como uno de los pilares fundamentales de la transformación digital. Por ello, se espera que las empresas eleven este tipo de seguridad a un nivel superior, no solo incrementando el gasto, sino también [creando un comité de ciberseguridad en su junta directiva](#).

Esto les permitirá garantizar que la organización es capaz de enfrentarse a los retos de seguridad que conlleva el progreso tecnológico, algo fundamental de cara al futuro. Porque en los próximos años comenzarán a expandirse nuevas tecnologías en los negocios y en la sociedad que requerirán nuevas estrategias de ciberseguridad. Entre ellas, los expertos destacan [la bioseguridad, la cuántica y la seguridad integrada en dispositivos](#), aunque hay otras tendencias con un gran potencial

ATENCIÓN SANITARIA MÁS DIGITAL Y CONECTADA

Uno de los sectores que más ha sufrido el impacto de la pandemia es el de la salud, en el que los profesionales se han visto sobrepasados por la situación. Por ello, las organizaciones del sector están recurriendo a la tecnología para mejorar la atención sanitaria, ser más eficientes y proteger la salud de los profesionales y los propios pacientes. Los expertos pronostican que a partir de 2021 la industria va a invertir cada vez más en el desarrollo y la [expansión de tecnologías como los dispositivos de monitorización remota de salud](#). Esto permitirá la evolución de conceptos como los wearables empleados en la monitorización de actividades deportivas, que incluirán capacidades y sensores cada vez más avanzados.

Estos dispositivos formarán parte de una nueva generación de plataformas de salud digital

que se alimentarán de grandes cantidades de datos provenientes de los pacientes. Estas plataformas sustituirán a los tradicionales archivos de salud, proporcionando a los médicos gran cantidad de información sobre el historial y el progreso de los pacientes en cada uno de los tratamientos a los que han sido sometidos. Y, para sacar el máximo partido a estas nuevas tecnologías de salud digital, la industria está creando nuevas [soluciones de inteligencia artificial para la salud](#). Esta tecnología permitirá estudiar los datos de los pacientes, en particular y en conjunto, para acelerar la investigación de enfermedades y el desarrollo de tratamientos, algo que durante la pandemia está ayudando mucho a la industria médica y farmacéutica.

Una consecuencia lógica de la transformación digital que se está produciendo en el campo de la salud es un aumento de las ciberamenazas. Por-

que los datos de los pacientes y de las propias organizaciones de la salud se están volviendo más accesibles para los ciberdelincuentes, a través de los dispositivos remotos y las infraestructuras TI de los centros médicos. Por ello, las organizaciones dedicadas a la salud [están cada vez más preocupadas por la ciberseguridad](#), y a partir de este año aumentarán el gasto en soluciones de seguridad informática.

Los ecosistemas de pago digital se expanden. En los últimos años la economía digital ha evolucionado rápidamente, a medida que los consumidores han ido [incrementando las compras a través de plataformas de comercio electrónico](#). En este tiempo han surgido nuevas formas de pago digital que ganan adeptos cada día, como los monederos digitales, que se están integrando progresivamente en la vida y la economía digital de las personas. Se encuentran cada vez más

presentes en las plataformas de comercio electrónico y en las tiendas físicas, y los expertos han constatado un [aumento considerable del gasto que realizan los consumidores](#) a través de estas herramientas.

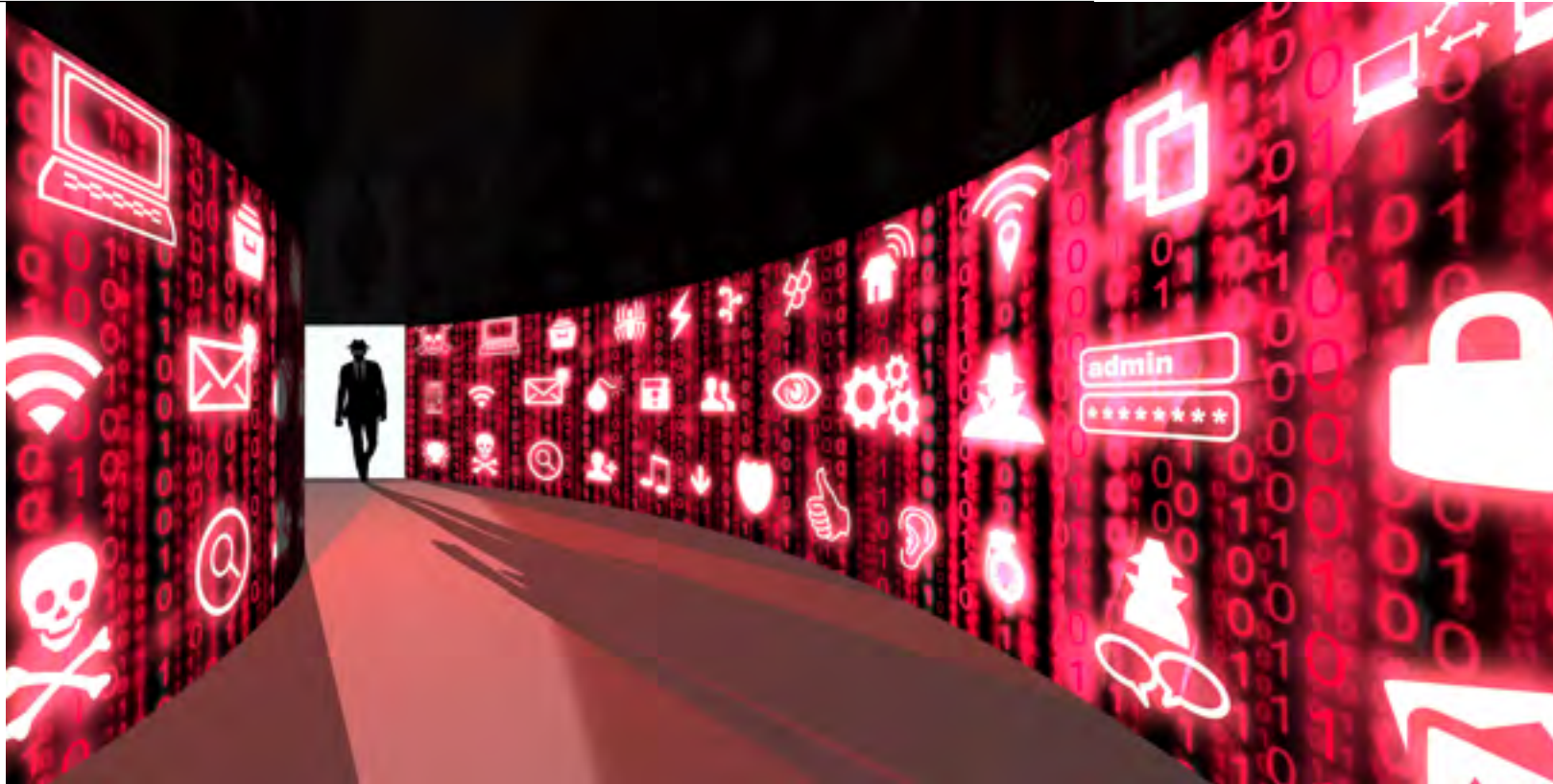
Al mismo tiempo, las plataformas de pago móvil se están expandiendo rápidamente, gracias a la necesidad de los consumidores de pagar sin contacto y a que los móviles pueden integrar diferentes medios de pago, desde tarjetas de crédito a monederos digitales y otras aplicaciones de economía digital. Como resultado de la pandemia, los pagos [móviles están aumentando considerablemente](#), y los expertos esperan que sigan haciéndolo este año.

Otra tendencia interesante en el ámbito de los pagos digitales es uso cada vez mayor de la [identificación biométrica para validar los pagos móviles](#). Esto se está logrando gracias a que los nuevos smartphones integran sistemas fiables de lectura de huellas digitales y de identificación de rostros y de voz. Según los expertos, estos sistemas seguirán evolucionando con las nuevas generaciones de dispositivos móviles, acompañando al desarrollo de otras tecnologías de pago móvil.

NUEVAS APLICACIONES PARA LA REALIDAD VIRTUAL Y AUMENTADA

Las tecnologías de realidad extendida (virtual y aumentada) están llegando a un nivel de madurez que permite ofrecer soluciones muy interesantes





Las plataformas de pago móvil se están expandiendo rápidamente gracias a la necesidad de los consumidores de pagar sin contacto

para las organizaciones. Esto generará un gran mercado en el futuro, más allá de las aplicaciones pensadas para el gran consumo. Todos los indicadores muestran que, tras un 2020 desafiante, a partir de 2021 [se va a expandir rápidamente el mercado de realidad aumentada](#) y virtual.

Esto se debe a que se están desarrollando nuevos casos de uso comerciales en diferentes industrias, que [a partir de este año irán expandiéndose con fuerza](#), aprovechando que los fabricantes de dispositivos están lanzando nuevos dispositivos portátiles independientes con mejor calidad de imagen, rendimiento y autonomía. Al mismo tiempo, el desarrollo de plataformas y software de realidad aumentada y virtual está avanzando mucho, proporcionando soluciones

interesantes en ámbitos como la salud, la ingeniería o la capacitación.

Este ecosistema de proveedores está diversificándose mucho, pero los expertos están convencidos de que en los próximos años va a dar comienzo la consolidación del sector, y anticipan un [aumento de las fusiones y adquisiciones en la industria](#). Así, los grandes jugadores tratarán de absorber las capacidades de los innovadores en AR/VR, ya que se anticipa una creciente competencia de cara a los próximos años.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL MÁS ÉTICA Y EXPLICABLE

La inteligencia artificial se expande rápidamente con la llegada de nuevos casos de uso

comerciales y también de ámbito personal. Esto está impulsando la IA a diferentes niveles, desde las aplicaciones más básicas, pensadas para el análisis de datos personales y los sistemas de recomendaciones, a las más sofisticadas, que utilizan las empresas y los gobiernos. Gracias a la IA las organizaciones pueden mejorar sus procesos y contar con mejor información para la toma de decisiones, lo que seguirá [impulsando el mercado de inteligencia artificial en los próximos cuatro años](#).

En este tiempo, además, el concepto de inteligencia artificial irá diversificándose, ya que están surgiendo nuevas formas de entender la tecnología vinculada a la IA. Por ejemplo, las redes de IA distribuida, formadas por enjambres de dispositivos o nodos que cuentan con capacidades de IA propias. Estos son capaces de procesar los datos a cierto nivel, pero forma parte de una arquitectura de IA mayor, donde cada miembro contribuye para proporcionar un mayor nivel de inteligencia. [Este enfoque de inteligencia distribuida se desarrollará más a partir de este año](#),

aprovechando el progreso de tecnologías como las redes 5G y los dispositivos IoT.

Aunque el progreso de la inteligencia artificial conlleva una serie de riesgos que preocupan cada vez más a las autoridades, ya que el tratamiento automatizado de los datos y la toma de decisiones si intervención humana pueden verse afectadas por un sesgo que genere discriminación. Por ello, los expertos en IA están desarrollando códigos éticos que puedan regir el diseño y el comportamiento de la inteligencia artificial, pero no parece que este año se vaya a lograr un avance significativo hacia una ética de IA. Esto se debe a que todavía hay que avanzar más para lograr que los algoritmos de inteligencia artificial sean más explicables, lo que permitiría democratizar el desarrollo de IA para que técnicos menos especializados puedan diseñar aplicaciones que sigan un determinado código ético.

LA BRECHA DE TALENTO DIGITAL SE ACENTÚA

El progreso de la digitalización en las empresas está acentuando un problema que lleva tiempo agrandándose, que es la gran brecha que existe entre la formación de nuevos talentos y las necesidades del mundo laboral. Así, en los últimos años la escasez de personal cualificado para ciertas áreas vinculadas a la tecnología se ha vuelto un problema más grave, y los expertos afirman que gran parte de los trabajadores

necesita adquirir nuevas habilidades, muchas de ellas dentro del ámbito digital.

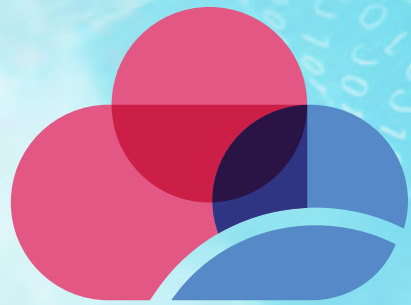
Durante las primeras oleadas de la pandemia muchas empresas han cambiado radicalmente su forma de trabajar, y en los próximos años el puesto de trabajo va a cambiar mucho, integrando nuevas tecnologías y deslocalizándose por la proliferación del teletrabajo. Mientras tanto, se espera que la crisis económica lleve al cierre de muchas empresas, inundando el mercado laboral de nuevos trabajadores, pero muchos de ellos no tendrán la cualificación necesaria para trabajar en los nuevos puestos de trabajo, cada vez más vinculados al uso de tecnologías digitales.

Las empresas y las instituciones públicas tratarán de ir cerrando la brecha de talento, pero

esto también requerirá un cambio de mentalidad por parte de las personas. Porque, estudios recientes indican que muchos trabajadores no aplican los conocimientos adquiridos a través de la formación, y esto es un freno para su progreso profesional y para las empresas en las que trabajan. Esto implica que se debe impulsar un cambio cultural en las organizaciones, incentivando a los trabajadores a mejorar a través de un enfoque de aprendizaje constante. ■

Si te ha gustado este artículo,
compártelo





CloudGuard

Check Point CloudGuard proporciona seguridad nativa en la nube unificada para todos sus activos y cargas de trabajo, lo que le brinda la confianza para automatizar la seguridad, prevenir amenazas y administrar la postura, en todas partes y en todo su entorno.

Más información:

www.checkpoint.com/es



Check Point[®]
SOFTWARE TECHNOLOGIES LTD

Tendencias en entornos cloud: cambios en la arquitectura y perspectivas futuras

El uso de la nube ha crecido exponencialmente en los últimos años y continuará haciéndolo: según IDC, el mercado español de cloud experimentará un crecimiento cercano al 20% anual. La combinación de infraestructura y servicios compartidos para crear un entorno de TI flexible, escalable y bajo demanda ha convertido a la nube en el modelo dominante para entregar y mantener los recursos de TI empresariales, desde el hardware de computación, pasando por el almacenamiento, las redes, hasta el software empresarial.

El mantra de la resiliencia empresarial y digital seguirá pronunciándose este año a medida que las organizaciones se preparen para responder a la continua incertidumbre y disrupción. Para que las empresas puedan ser más competitivas en esta época es esencial que entiendan cómo se está transformando el panorama de TI, incluida la forma de administrar e implementar de manera efectiva los cambios necesarios para permitir la capacidad de respuesta rápida.

En un momento en el que las empresas necesitan agilidad y dinamismo para adaptarse a las circunstancias del mercado, la nube se ha



convertido en un dinamizador de la agilidad y transformación digital, especialmente en su versión híbrida, en el que se pueden unir las capacidades y ventajas de un entorno privado con todos los beneficios de una cloud pública gestionada por un tercero, con todas sus medidas de seguridad, elasticidad, innovación y conocimiento para la administración.

Este año las empresas se están preparando para que la nube llegue a todas las áreas e industrias. Por ello, los dirigentes empresariales

deben observar las tendencias actuales para que sus servicios se ajusten a las necesidades de los clientes:

1 La eliminación de las cargas de trabajo innecesarias de la nube será la tendencia más destacada. Reconfigurar la estrategia para maximizar los beneficios, minimizar los costes y reducir la carga es crucial para el éxito de la nube a largo plazo. Contar solo con un proveedor de nube pública puede haber

permitido la continuidad del negocio en 2019, pero tras la llegada de la pandemia, cada vez más proveedores están considerando otros modelos como un entorno multicloud como el sistema ideal para todas las operaciones.

2 Volver a activar la gobernanza de la nube para mantenerse seguro. Buscando fortalecer la estrategia de la nube, las empresas pueden reconsiderar los esfuerzos de gobernanza para priorizar la seguridad. Volver a los cimientos de las nubes y desarrollar un plan de gobierno sólido ayudará a las empresas a reforzar la infraestructura de seguridad para corregir la adopción apresurada que muchas realizaron en 2020.

3 Un crecimiento exponencial de la adopción de la nube. El año pasado el mercado global de infraestructura de nube pública creció un 35% a hasta los 100.000 millones de euros, [según Forrester](#).

Además, en 2021 más de la mitad de las empresas aumentará la inversión en Amazon Web Services, Salesforce, Google u otros servicios en la nube este año con Microsoft Azure como la mejor opción.

4 Aumento de la innovación en la nube híbrida. A lo largo de 2021 comenzaremos a ver más estrategias multicloud com-




CINCO CONSIDERACIONES PARA PROTEGER LA INFRAESTRUCTURA EN LA NUBE


binadas con iniciativas de capacitación más amplias tanto de las empresas como de los propios proveedores.

En un futuro cercano, las innovaciones en la nube provocarán que el volumen de datos en la nube se centre cada vez más en los dispositivos que operan con IA para entregar a las empresas datos predictivos fiables para que la toma de decisiones sea fácil para los líderes empresariales. ■

MÁS INFORMACIÓN

 [Forrester: Predicciones 2021: Cloud Computing potencia la recuperación de la pandemia](#)

 [Gartner predice el futuro de la infraestructura cloud y Edge](#)

 [Synergy Research: Los proveedores de cloud europeos luchan por revertir las pérdidas de cuota de mercado](#)

Si te ha gustado este artículo,
compártelo



FUERTE CRECIMIENTO DEL MERCADO CLOUD

El gasto total en servicios en la nube, en el hardware y el software que sostiene estos servicios y en los servicios profesionales y administrados vinculados a la cloud, crecerán aun ritmo anual del 15,7% hasta 2024, según IDC. Para entonces, pronostican que estas inversiones generarán oportunidades de negocio por un valor de más de 1 trillón (americano) de dólares en todo el mundo.

Como explica en este informe Richard L. Villars, vicepresidente de grupo de investigación mundial de IDC, “la nube en todas sus permutaciones (hardware/software/servicios/aaS, así como la nube pública/privada/híbrida/

multi/edge) desempeñará roles cada vez mayores, e incluso dominantes, en la industria de TI en el futuro previsible”.

Afirma que “para fines de 2021, sobre la base de las lecciones aprendidas en la pandemia, la mayoría de las empresas pondrán en marcha un mecanismo para acelerar su cambio a la infraestructura digital centrada en la nube y los servicios de aplicaciones, a un ritmo dos veces más rápido que antes de la pandemia”.

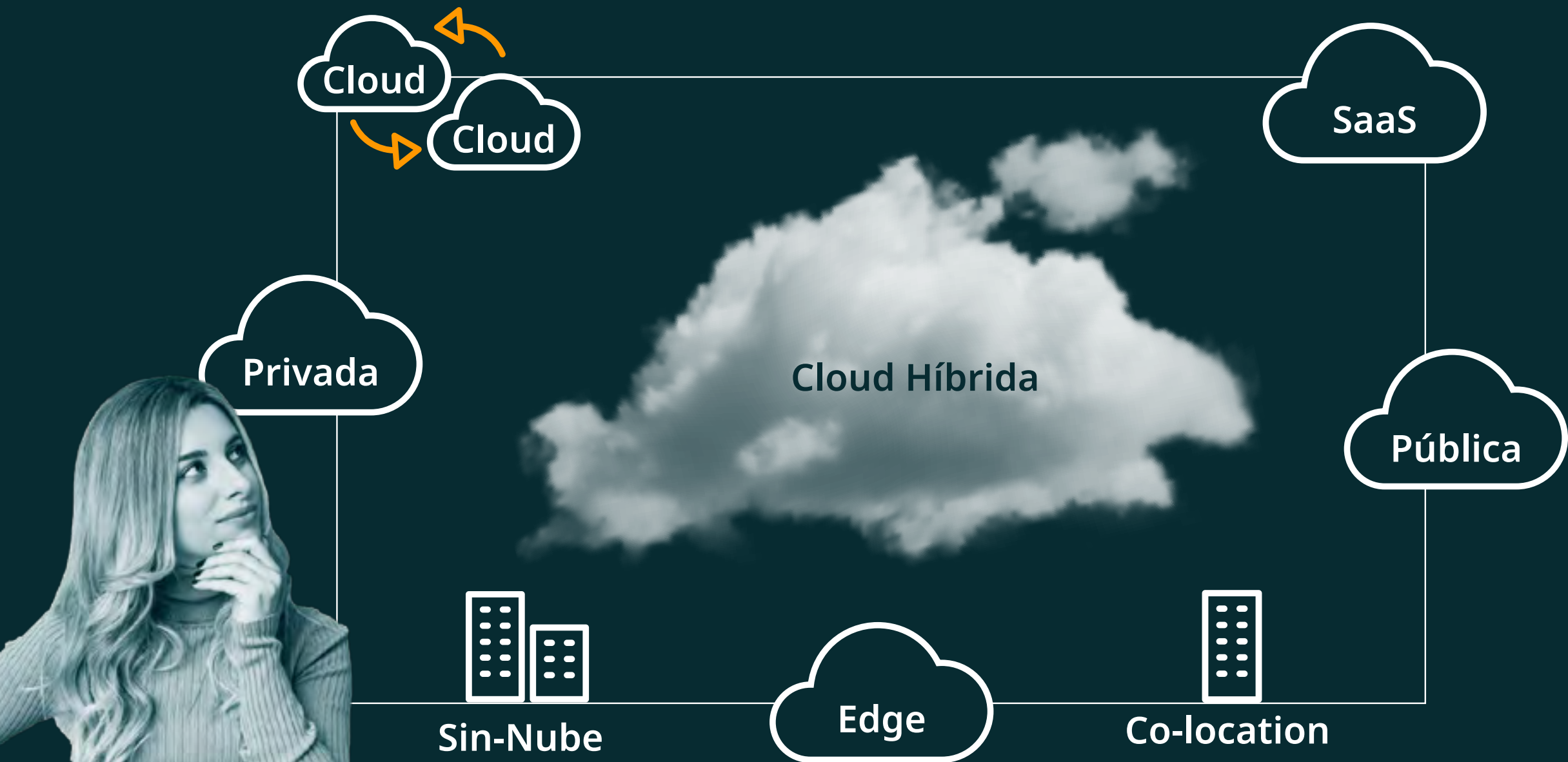
Las principales fuentes de crecimiento del mercado asociado a la nube serán los servicios de nube pública (compartida) y los servicios de nube privada, una categoría que seguirá siendo la

más grande del mercado, y que en este tiempo mostrará un crecimiento del 21% (CAGR). De cara a 2024, IDC anticipa que la categoría “como Servicio” logrará acaparar el 60% de todos los ingresos mundiales de la nube.

Mientras tanto, la categoría que abarca los servicios profesionales y los servicios de gestión relacionados con la nube crecerán al ritmo más lento (8,3%). Finalmente, el segmento de construcción de infraestructura, que abarca el hardware, el software y el soporte para nubes privadas empresariales y nubes de proveedores de servicios, seguirá siendo el más pequeño, pero crecerá a un saludable ritmo del 11,1% (CAGR).



La sencillez a veces esconde una gran complejidad



Sothis
Intelligent Services,
Intelligent Technology



www.sothis.tech



#ENCUENTROSITTRENDS

Ya vivo en la nube, ¿y ahora qué?

Mejores prácticas para desenvolverse en entornos híbridos

Los entornos de TI multicloud e híbridos se están convirtiendo en el modelo hacia el que se dirigen las arquitecturas de TI actuales. Gestionar estas infraestructuras cloud, controlar sus costes, desarrollar nuevos servicios nativos en cloud, asegurar la disponibilidad del negocio basado en la nube, garantizar el cumplimiento normativo y proteger los activos que residen en la cloud, son cuestiones que todo responsable de TI debe tener bajo control.

En IT Trends hemos reunido a diversos expertos para abordar las nuevas propuestas tecnológicas disponibles para una mejor resi-

dencia en una cloud que predominantemente es híbrida, así como para tener una mayor visibilidad entre las diferentes nubes y servicios. En este Encuentro IT Trends participaron Miguel López Calleja (Barracuda), Eusebio Nieva (Check Point Software), Elisa Martínez (Commvault), Jose Manuel Marina (Crayon), Nieves Gonzalez (Dell Technologies), José María Pérez (Entrust), Jorge Marín Sánchez (Ikusi), Miguel López Sánchez (Making Science), Antonio Picazo (Micro Focus), Agustín Sánchez Fonseca (NFON), Sergio Martinez Hernandez (SonicWall), Ceferino Raposo (Sothis), Alfonso Martinez (Thales



Digital Identity & Security), Maica Aguilar Carneros (W4C Spain) y Víctor Escudero Rubio. ■



CipherTrust Data Security Platform

Localice, proteja y controle los datos sensibles de su organización en cualquier lugar gracias a la protección de datos unificada de última generación.

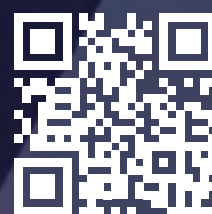
Localizar



Proteger



Controlar



Empiece a localizar, proteger y controlar sus datos hoy mismo

#ENCUENTROSITTRENDS

Conocimiento, adopción y adaptación para gestionar de manera eficiente la nube

Los entornos de Cloud continúan adoptándose en la empresa española de manera progresiva, tras demostrar en estos últimos meses ser un modelo que aporta flexibilidad a las estructuras tecnológicas de las empresas cuando éstas necesitan adaptarse a imprevistos.



itTRENDS #EncuentrosITTrends

Maica Aguilar (W4C Spain) y Víctor Escudero (experto en implantaciones Cloud), conversan sobre los retos que se les plantean a las empresas en su gestión de entornos multcloud. Clic para ver.

“Los estándares de auditoría, trazabilidad y herramientas permiten tener una visión amplia y transparencia en un mundo que ya no es nuestro, sino que se está gestionando por un tercero”

**MAICA AGUILAR,
WOMEN4CYBER SPAIN**



Según la última encuesta realizada por IT Trends, la ciberseguridad será la principal área de inversión en 2021, pero le siguen los servicios y la infraestructura cloud. Además, el número de empresas cuya TI se limitaba a los entornos on premise ha disminuido porque se han unido tanto a la cloud privada como a la cloud pública, de acuerdo con el informe, que recoge que los niveles de infraestructura híbrida son los que más han crecido durante estos meses, y precisamente, son los que mayores inversiones van a recibir en este año. Respecto al número de clouds públicas contratadas, un 49% de los consultados

asegura que su empresa cuenta con dos o más de estas nubes públicas. Asimismo, los encuestados consideran que para sus nubes será estratégico en este 2021 la seguridad, la integración de plataformas y la disponibilidad de las aplicaciones.

Ante estos datos, Maica Aguilar, experta en Ciberseguridad y Privacidad y miembro de la Junta Directiva de Women4Cyber Spain, explicó en la primera mesa de debate del Encuentro IT Trends titulado [“Ya vivo en la nube, ¿y ahora qué? Mejores prácticas para desenvolverse en entornos de Cloud híbrido”](#), que “el reto está en la adecuación, en tener capacidad dentro de las

organizaciones para conocer el cloud y poder adaptarse al cambio de un modelo tradicional a estos ecosistemas”. Desde su punto de vista, hace años la ciberseguridad era uno de los principales frenos a la hora de migrar al cloud, pero hoy en día la perspectiva de muchas empresas ha cambiado. El cloud actualmente ofrece garantías tanto en la parte de compromiso como en la de ciberseguridad. “Sabemos cómo se están gestionando esas clouds porque tenemos estándares de auditoría, trazabilidad y herramientas que permiten una visión amplia y transparente en un mundo que ya no es nues-

“Los estándares de auditoría, trazabilidad y herramientas permiten tener una visión amplia y transparencia en un mundo que ya no es nuestro, sino que se está gestionando por un tercero”

VÍCTOR ESCUDERO, EXPERTO EN IMPLANTACIÓN DE CLOUD



tro, sino que se está gestionando por un tercero”, añadió Aguilar.

El coste de la cloud sigue siendo un punto clave en las organizaciones en la migración al cloud. El coste variable o pago por uso continúa siendo predominante en comparación a un pago por la contratación de una infraestructura o un pago por adelantado. “Pero lo más relevante ahora mismo tiene que ver con la escalabilidad y la flexibilidad; en época de pandemia, una empresa necesita saber qué puede crecer con un par de clics. Es decir, no haces una inversión a tres años vista de una infraestructura”, apuntó Víctor Escudero, experto en implantación de pro-

yectos Cloud, y compañero de debate. Ambos participantes estuvieron de acuerdo en que la economía de escala a nivel de seguridad no permite hacer inversiones como las grandes compañías, con Microsoft o Amazon como ejemplo. Pero, por otro lado, existen facilidades como el pago por uso para los usuarios residenciales y en consecuencia, muchos servicios de nube son más sencillos de operar y de utilizar. Las grandes compañías de cloud tienen grandes inversiones en ciberseguridad y las pequeñas empresas no pueden asumir esos gastos. Sin embargo, pueden acercarse al modelo cloud y entenderlo”, destacó Aguilar.

Los costes más directos son relativamente sencillos de ver. Sabemos cuánto pagamos por memoria o por consumo de CPU. Aunque es más difícil de ver lo que pagamos en tráfico saliente de datos hacia internet. “Hay que tener en cuenta muchos costes de licenciamiento o pago por uso. Cuando contratas una solución en modelo SaaS estás reduciendo la carga de administradores de bases de datos o de sistemas y estás difiriendo la carga operacional en un proveedor”, explicó Escudero.

Si se quiere parchear máquinas y para ello es necesario acceder a las soluciones de ciberseguridad, el proveedor de nube puede hacerse car-

go de gran parte de las actualizaciones, aunque sea un coste inmenso a nivel operativo. Además, esto provoca que no esté todo actualizado continuamente. “Cuando se calcula el TCO o coste total de oportunidad en tres años, rara vez sale más caro en nube que on-premise. Hay que computar los costes por todo lo que conlleva, no por lo que se ve de manera inmediata”, argumentó Escudero.

Por su parte, Maica Aguilar recordó que normalmente las nubes públicas hablan de seguridad compartida si tienen estándares aunque de base no está. Y “como no se puede vivir sin seguridad, no hay que olvidar esa capa tan necesaria en servicios y plataformas a la hora de hacer el análisis de costes”.

EL MEJOR MODELO DE CLOUD

Los expertos explicaron en la mesa que no existe un modelo de cloud concreto para un tipo de organización u otra, ya que es probable que en una gran empresa haya determinados procesos que encajen mejor en un modelo público y otros en un modelo privado. La clave está en lo que se quiere hacer y en ir con el partner adecuado. “Nosotros administramos nube pública, nube híbrida y mucho modelo de servicio dependiendo de cada empresa y sus necesidades”, subrayó Aguilar, que trabaja en Ferrovial.

Para Víctor Escudero, se pueden valorar las modalidades de consumo de la nube como

IaaS, platform o modalidades de software, y señalar en la hoja de ruta los ritmos que ha de llevar la empresa en la transición hacia la nube. “Se puede mover infraestructura puntualmente o ir sacando partido de distintas funcionalidades según se necesiten”. Además, deshacer estos cambios suele ser simple.

Otro aspecto a considerar es ver qué capacidades nativas de nube se tienen, ya que algunas capacidades que se hacen de una forma tradicional no tienen una traducción exacta en la nube. “Los modelos de nube son mucho más naturales que los tradicionales. En esa línea, hay servicios legacy que no tiene sentido desglosar en la nube pero hay otros que te pueden interesar, como llevar los frontales y la parte de base de datos dejarla on premise de momento y seguir con ellos en la siguiente fase de la migración”, detalló Escudero.

Respecto al uso de entornos multicloud, en opinión de este experto, hay pocas diferencias entre Azure, Amazon Web Services o Google Cloud porque en todos ellos hay multi zona y multi región. Los cambios varían según se escala en cuanto a servicios, siendo los más avanzados en modalidad SaaS en los que hay grandes diferencias

A esto añade Maica Aguilar que “lo que hoy se vive de una forma, en el futuro puede ser de otra pero la clave es pasar por la estrategia multinube para que nuestro negocio evolucione de forma óptima”. ■

IT TRENDS 2021.
Asimilando la aceleración digital

IT RESEARCH ELABORADO POR

IT TRENDS 2021
Asimilando la aceleración digital

DOCUMENTO EJECUTIVO

¿Qué tendencias tecnológicas dominarán en el año post-pandemia? En este informe de IT Research desvelamos las principales claves de las estrategias TI para este 2021.

Si te ha gustado este artículo,
compártelo



Run and Transform— Your Key to Success

Balance today's needs with
tomorrow's opportunities.



When you can run and transform your business at the same time, you have the balance you need to optimize your enterprise and expose new opportunities as your markets evolve. No matter what's driving the change—technology innovation, the digital economy, and even pandemics and disasters—we can help you succeed with a customer-centric, measured, low-risk approach. That's High Tech, Low Drama.

#ENCUENTROSITRENDS

Prácticas para desenvolverse en entornos híbridos y multcloud y ser competitivos

La combinación de entornos privados con las nubes públicas ha dado lugar a una nueva forma de TI híbrida de la que la empresa obtiene las ventajas de ambas modalidades, pero también sus desafíos: aprender a arbitrar las cargas de trabajo, segmentar las arquitecturas y a la vez integrarlas para poder mover aplicaciones y datos y, además, proporcionar herramientas que aporten agilidad a la administración de estos entornos.



(De izq. a dcha) Jorge Marín (Ikusi), Agustín Sánchez (NFON), Miguel López (Making Science), Nieves González (Dell Technologies), José Manuel Marina (Crayon Software), Antonio Picazo (Micro Focus) y Ceferino Raposo (Sothis). Clic para ver

“Como el entorno multicloud aumenta la complejidad, se necesita una estrategia global y la contratación y retención del personal adecuado”

**JOSÉ MANUEL MARINA,
CRAYON SOFTWARE**



Además, es cada vez más común que las empresas distribuyan sus activos entre varias nubes, lo que puede añadir mayor complejidad a la estructura tecnológica de la empresa. Administrar estos entornos de nube híbrida y multicloud es posible con las recomendaciones que dejaron en el Encuentro IT Trends [“Ya vivo en la nube, ¿y ahora qué? Mejores prácticas para desenvolverse en entornos Cloud híbridos”](#), en el que participaron portavoces de Crayon Software, Dell Technologies, Ikuji, Making Science, Micro Focus, NFON, y Sothis.

Para conseguir ser competitivo, el negocio busca mucha innovación y reducir el tiempo

de despliegue de nuevos servicios. “IT busca simplicidad, más eficiencia, escalabilidad y elasticidad. Es decir, que en determinados momentos, como en rebajas, un retail pueda coger cargas de nubes públicas y traerlas a las nubes privadas”, ejemplificó Nieves González, Manager Systems Engineer de Dell Technologies durante la mesa redonda sobre prácticas para desenvolverse en entornos híbridos y multicloud, y en cuya opinión, el reto de las empresas es controlar el coste consiguiendo innovación y adaptándose a los cambios.

Para José Manuel Marina, director general de Crayon, el mayor desafío de adaptación al



5 FACTORES CLAVE PARA SIMPLIFICAR SUS OPERACIONES DE TI MULTICLOUD

Dado que las opciones de servicios y soluciones se han multiplicado, hoy en día el consumo de TI multicloud y de nube híbrida ha pasado a ser una realidad en la mayoría de las organizaciones.

Lo vemos tanto en las pymes como en las grandes empresas, eso sí con

diferentes desafíos para las organizaciones en función de su tamaño y de las soluciones adoptadas. En este e-book encontrará 5 cuestiones a tener en cuenta para lograr la mejor experiencia de usuario y la mayor rentabilidad consumiendo servicios de TI multicloud.



“No todo es consumible desde la nube pública o todo se tiene que transformar desde el data center”

**NIEVES GONZÁLEZ,
DELL TECHNOLOGIES**



entorno multicloud es que el cliente puede no estar preparado realmente. Consumir servicios en la nube de varios proveedores es complejo y difícil de gestionar y hay que hacerlo con una estrategia determinada. “Como el entorno multicloud aumenta la complejidad, se necesita una estrategia global y la contratación y retención del personal adecuado con conocimientos on premise dispuestos a reciclarse de manera continua”, apuntó.

En este contexto, los CIO, además, han de decidir qué tipo de aplicaciones o servicios han de ubicarse en cada tipo de proveedor y dónde ubicar cada carga de trabajo. Cada servicio puede necesitar más registros de seguridad, más requisitos de cumplimiento normativo o

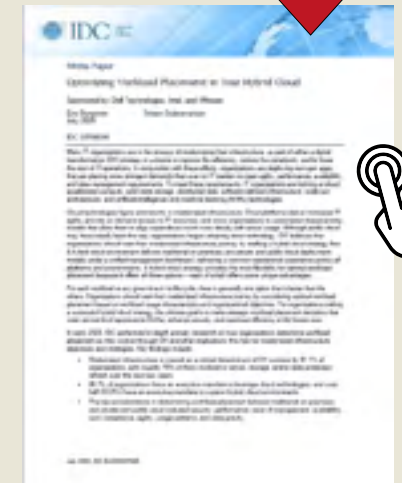
más elasticidad. “Tener un servicio en cloud es lo mismo que tenerlo en el data center en el sentido de que es un servicio más que hay que gestionar. Para el cliente el proceso ha de ser totalmente transparente”, destacó Antonio Pizarro, preventa de soluciones de Micro Focus.

Desde Making Science, Miguel López, CTO y Head of Infrastructure Operations, señaló que el Cloud, aunque presenta más beneficios que contras, conlleva unas elevadas necesidades de control. Además, “en los últimos años se han unido el multicloud con la contenerización. Pero no hay que olvidarse de la seguridad. Cuando se trabajaba con data centers había que usar máquinas físicas, pero ahora se piden máquinas virtuales dando a un botón



OPTIMIZANDO LA UBICACIÓN DE LAS CARGAS DE TRABAJO EN LA NUBE HÍBRIDA

A comienzos de 2020, IDC investigó acerca de cómo las organizaciones determinan la ubicación de las cargas de trabajo a medida que evolucionan en su transformación digital (DX). Entre sus hallazgos, señala que las principales consideraciones para determinar la ubicación de las cargas de trabajo entre la nube tradicional en las instalaciones y la nube pública y privada incluyen la seguridad, el rendimiento, la facilidad de administración, la disponibilidad, el coste, el cumplimiento, la agilidad, los patrones de uso y la importancia de los datos.



“Las redes tradicionales no están preparadas para abordar las cargas de trabajo tan grandes”

JORGE MARÍN, IKUSI



y esto ha llevado a un problema de gobierno que se está intentando paliar. Muchos proveedores intentan que la gestión de clusters y Kubernetes estén centralizados para tener políticas centralizadas, dando cierta libertad a los diferentes equipos. Pero muchas empresas han dado un salto a cloud sin saber cómo gestionar o controlar. Cada proyecto se ha hecho de manera diferente”.

En este sentido, Antonio Picazo, de Micro Focus, apuntó que ese control tiene que llevarse a cabo desde el primer momento sin perder agilidad. “No puede ocurrir que para que algo sea desplegado pasen días y días. Hay que tener una solución de gestión fácil; es decir, que se pueda acceder solo con un clic, pero centralizada para poder iniciar el control. Y es impor-

tante evitar el vendor lock-in de un proveedor de cloud. Las soluciones han de poder mover cargas de un sitio a otro, todavía la tecnología en caliente y tiempo real es complicada, pero hay que tener en cuenta que se puedan tener soluciones que nos ayuden en otro momento”.

Ceferino Raposo, Business Architect de Sothis, indicó que no solo hay que centrarse en la oferta tecnológica, sino que hay que cribarla según las necesidades de la organización. “Además, el número de recursos o soluciones queda limitado si se hace ese trabajo previo. El marco de referencia han de ser los objetivos estratégicos y las mejores herramientas, ya sean locales en el CPD o en la nube. A partir de ahí se pueden establecer los mejores mecanismos y técnicas de control”.



LA SEGURIDAD DE SU WAN. Los 3 tipos principales de amenazas y cómo superarlos

A medida que su red de área extensa evoluciona, es posible que deba habilitar el acceso directo a Internet en la sucursal, proteger la conectividad a la nube y proteger a todos



los usuarios y dispositivos de las amenazas sin comprometer la experiencia del usuario. Es más fácil decirlo que hacerlo, ¿verdad? Lee en este documento cómo la WAN definida por software (SD-WAN) de Cisco puede manejar todas estas exigencias sin dejar atrás la seguridad.

“Muchas empresas han dado un salto a cloud sin saber cómo gestionar y controlar el proyecto”

MIGUEL LÓPEZ, MAKING SCIENCE



Para este experto, es importante la comunicación entre equipos de desarrollo y equipos de sistemas porque no solo hay que ver si una máquina funciona bien o mal, sino si el proceso se está realizando de manera óptima. “Se está produciendo un cambio de cultura en el que los desarrolladores hablan más con los de sistemas. Y eso es un trabajo colaborativo entre todos para que no se disparen los costes. La gente pierde la perspectiva de que lo que va al cloud son las aplicaciones y por eso también se olvidan de que la aplicación se ha diseñado como un silo. Por eso lo mejor es saber de qué manera van a llegar los usuarios a mis aplicaciones. Hay que tener en cuenta lo que quiero hacer, cómo lo quiero hacer y cuáles son los mejores elementos para lograrlo”.

Respecto a la decisión de dónde ubicar las aplicaciones, Nieves González, de Dell Technologies, recuerda que “existen distintas aplicaciones: algunas se despliegan desde las nubes públicas, y otras se mantendrán en el data center. Existe un gran porcentaje de aplicaciones que se transformarán a una nube privada o a una nube pública en función del dato o los controles o tendrán que sufrir una rearquitectura para ser realmente movibles. No todo es consumible desde la nube pública o todo se tiene que transformar desde el data center. Lo que es necesario es que todas las aplicaciones han de mantenerse de manera resistente”, puntualizó.

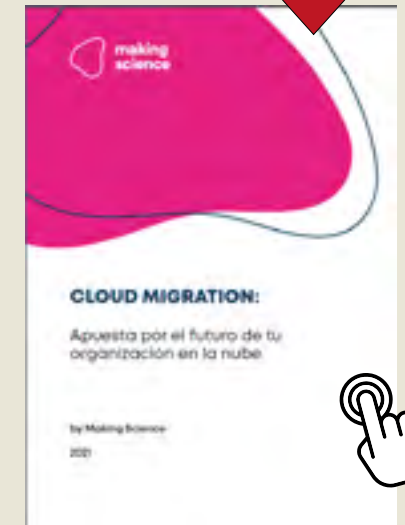
Junto a esta decisión, las empresas también necesitan decantarse por una plataforma de



CLOUD MIGRATION: APUESTA POR EL FUTURO DE TU ORGANIZACIÓN EN LA NUBE

En tiempos de incertidumbre, la migración a Cloud supone una ventaja organizacional al obtener una mayor funcionalidad, escalabilidad y flexibilidad, además de accesibilidad en cualquier momento y en cualquier lugar. Con Cloud, se obtiene una mejora en

la productividad al conseguir una mayor agilidad, mayor eficiencia en el reparto de las cargas de trabajo y una reducción de costes de TI. Este documento recoge las principales ventajas de la migración a la nube, ejemplos de migración y las capacidades que ofrece Google Cloud a las organizaciones.



“Hay que tener una solución de gestión fácil, que se pueda acceder solo con un clic, pero centralizada para poder iniciar el control”

ANTONIO PICAZO, MICRO FOCUS



red adecuada al entorno cloud. En opinión de Jorge Marín, Service delivery manager de Iku-si, la situación de incertidumbre total hace que las empresas necesiten una plataforma inteligente que responda a casi cualquier situación. “Las redes tradicionales no están preparadas para abordar las cargas de trabajo tan grandes, por eso existen armas que se deben facilitar a las empresas como la automatización de las operaciones de networking y el análisis de la IA para tener perspectivas más inteligentes del negocio”, indicó.

Asimismo, la recomendación de Jorge Marín es una estrategia de red proactiva y multicloud, que alinee las prioridades de la nube, la seguridad y las aplicaciones de los departamentos

de IT. Para que esta estrategia tenga éxito tiene que apoyarse en la carga de trabajo, el acceso y la seguridad. “Se debe adoptar un modelo operativo para administrar las políticas de manera más ágil y en cuanto al acceso, hay que implementar soluciones del tipo SD-WAN para reducir los costes operativos. También ha de reducirse el riesgo asociado a los usuarios con distintas soluciones ya que las apps están en diferentes nubes”, explicó Marín.

FLEXIBILIDAD DEL CLOUD SÍ, PERO CONTROLANDO LA INTEGRACIÓN

Agustín Sánchez, responsable de Desarrollo de negocio de NFON, puso en su intervención el foco en el SaaS que presta servicios como las



SIMPLIFICANDO EL DESPLIEGUE DE SERVICIOS CLOUD PARA POTENCIAR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Muchas empresas buscan la nube para ofrecer agilidad, velocidad y escalabilidad para ejecutar con éxito sus transformaciones digitales, desde la creación de valor con la entrega acelerada de aplicaciones, servicios de plataforma e infraestructura, o la mejora de la

experiencia del cliente, garantizando el cumplimiento y reduciendo costes mediante la automatización de procesos. Sin embargo, para ofrecer todas esas capacidades y reducir la complejidad asociada con la administración de entornos híbridos y de múltiples nubes, debe contar con las correctas herramientas de administración de la nube.



“El cloud te da proceso, capacidad de almacenaje, pero al otro lado también hay una aplicación de infraestructura que funciona bien, y está el receptor”

AGUSTÍN SÁNCHEZ, NFON



comunicaciones unificadas. Y ejemplificó bien esa complejidad y necesidad de integrar equipos y aplicaciones que se da en el entorno de la infraestructura, con el uso de aplicaciones de telefonía en la nube, para las cuales “hay que comprobar si se dispone del equipo adecuado, con suficiente RAM, y la compatibilidad de los sistemas para usar Teams y el teléfono a la vez”, apuntó.

En su opinión, “el cloud te da proceso, capacidad de almacenaje, pero al otro lado también hay una aplicación de infraestructura que funciona bien, y está el receptor. El mercado, espe-

cialmente la pyme, han aprendido que el cloud te permite tener también una buena comunicación sacando fuera el servicio, y ser flexible para poder mover tu centralita on premise a casa si surge un problema. El consumo flexible o quitarle carga de trabajo al responsable de redes han transformado la percepción de los servicios de comunicaciones en la nube”.

Otro efecto de la situación que estamos viviendo es la demanda de teletrabajo. En este sentido, José Manuel Marina, de Crayon, explicó que, en su caso, “hemos ayudado a los clientes a entender qué es lo que tienen que



SOLUCIONES CLOUD PARA LA CONTINUIDAD DEL NEGOCIO EN ENTORNOS VUCA

La nueva era digital que se dibuja en la actualidad está transformando no solo la forma en que las empresas están gestionando su relación con los clientes reales, sino también la forma en que las organizaciones ofrecen, acceden y consumen servicios y aplicaciones.

En este escenario de continuidad, IDC indica en este documento que las comunicaciones han sido la palanca que ha permitido a las organizaciones poder afrontar el proceso de recuperación y habilitar la transformación del puesto de trabajo, permitiendo la movilidad del empleado y la puesta en marcha de entornos colaborativos.



“El marco de referencia han de ser los objetivos estratégicos y las mejores herramientas, ya sean locales o en la nube. A partir de ahí se pueden establecer los mejores mecanismos y controles”

CEFERINO RAPOSO, SOTHIS



cargar y cómo hacerlo. Ofrecemos una plataforma multinube con nuestra propia IP con la que pueden aprovisionarse de soluciones y detectar posibles incidencias”.

Y sobre la calidad de servicio que apuntaba el portavoz de NFON, Miguel López, de Making Science, señaló que no puede olvidarse la gestión de las expectativas. “El cloud ha permitido tener muchos más KPIs, ya sea on premise o en cloud para sacar métricas de calidad de servicios. Muchos clientes están haciendo análisis con servicios cloud para que no se vaya

información confidencial, pero también para transcribir las comunicaciones y analizar sentimiento para saber cual es la media en todos sus operadores”, concluyó.

[Para ver la charla completa, accede aquí.](#) ■

**Si te ha gustado este artículo,
compártelo**



NUBE HÍBRIDA O TI HÍBRIDA: PERCEPCIONES PARA LA RESILIENCIA CORPORATIVA

Cuando se produjo la irrupción de la nube, la mayoría de los pronósticos apuntaban a que la migración de las TI corporativas a ese entorno sería la opción general a corto o medio plazo. Y con la aparición de la nube híbrida, parecía que las reticencias al traslado derivadas de

las exigencias de seguridad y cumplimientos estaban salvadas y el camino hacia la migración despejado. Sin embargo, hoy se habla de TI Híbrida. ¿Cuál es la mejor estrategia, optar por la nube híbrida o por la TI híbrida? En este dossier, se analizan las diferentes opciones, para intentar allanar el camino de los CIOs hacia la respuesta que se adapte con mayor precisión a las necesidades específicas de su organización.



Gestión de entornos multcloud e híbridos, mejores prácticas



“Tratar los datos en los entornos híbridos requiere de una gran capacidad de análisis” (Sothis)



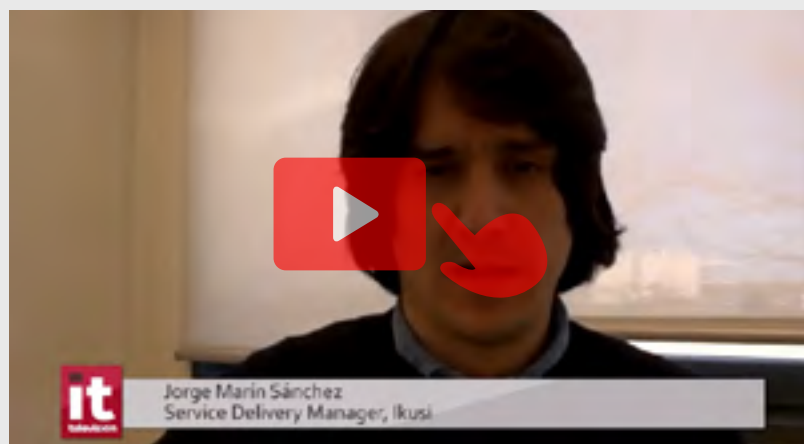
“Apoyamos las necesidades de comunicaciones unificadas basadas en cloud” (NFON)



“Apostamos por una solución que nos permita tener una ventanilla única” (Micro Focus)



“Ayudamos a los clientes a sacar el máximo partido a su transformación digital” (Making Science)



“Las redes inteligentes son uno de los pilares de una estrategia de entornos multcloud” (Ikusi)



“Ayudamos a evitar la repatriación de aplicaciones desde la nube” (Dell Technologies)



“Antes de migrar al cloud hay que prever qué va a ocurrir en el cloud” (Crayon)

BRINGING TECHNOLOGY TO BRANDS

YOUR PARTNER FOR
DIGITAL BUSINESS

www.makingscience.com



#ENCUENTROSITRENDS

¿Cómo protejo mis activos en un entorno de nube híbrido? Aspectos a tener en cuenta

Uno de los principales escollos del cloud es su seguridad. Así se constata en el informe [IT Trends 2021, asimilando la aceleración digital](#). Un 17% de los consultados adjudica a la seguridad de la nube un papel estratégico para este 2021. Además, la ciberseguridad se considera una inversión prioritaria en estos doce meses. La protección de los datos, las aplicaciones y las infraestructuras que dan acceso y con las que se construyen las nubes híbridas, es una máxima siempre presente en la mente de los responsables tecnológicos de las empresas.

Sobre todo ello debatieron portavoces de Barracuda, Check Point, Commvault, Entrust, Sonicwall y Thales Data Protection, en el Encuentro IT Trends ["Ya vivo en la nube, ¿y ahora qué? Mejores prácticas para desenvolverse en entornos de cloud híbridos"](#).

Uno de los primeros puntos que se abordaron en el debate fue la durabilidad de estos entornos híbridos,



(De izq. a dcha) Elisa Martínez (Commvault), Sergio Martínez (Sonicwall), José Pérez (Entrust), Alfonso Martínez (Thales), Eusebio Nieva (Check Point), Miguel López (Barracuda). [Clic para ver](#)

“Muchos clientes creen que el cloud no es tan seguro por la novedad, pero es importante planificar la migración y no dejar que únicamente sean las circunstancias las que nos lleven hacia allí”

MIGUEL LÓPEZ, BARRACUDA



un modelo que parece que permanecerá durante mucho tiempo a la luz de las experiencias de los clientes y de las normativas que rigen ciertos mercados. Y así lo deben garantizar las tecnologías que dan soporte a dicho modelo. “Es verdad que existen soluciones 100% cloud, como Office 365 o Salesforce que se despliegan totalmente en la nube, pero también hay situaciones en la que los clientes siguen manteniendo sus aplicativos on premise o legacy, y hay que seguir dándoles protección a estos entornos”, explicó Elisa Martínez, responsable de Metallic para España y Portugal de Commvault, quien se refirió a la normativa de la European Bank Agency, que establece como preceptivo para las entidades financieras que tengan una

estrategia de salida del cloud para recalcar la necesidad de acompañar a las empresas allá donde tengan sus activos, “de una manera transparente. Hay que mantener garantizada la calidad de los datos, la integridad de la plataforma y la seguridad del ecosistema”.

Y es que tan seguro puede ser un entorno como el otro, En opinión de Miguel López, Country Manager de Barracuda para la región de Iberia, “todo depende de las medidas que se adopten en cada uno de ellos. El diferencial del entorno de seguridad on premise con el cloud es que este último ha conseguido democratizar el acceso a la seguridad. Los niveles de seguridad y resiliencia antes eran muy complejos para una empresa pequeña o mediana ya que, para ellas, la seguridad en cloud trae con-



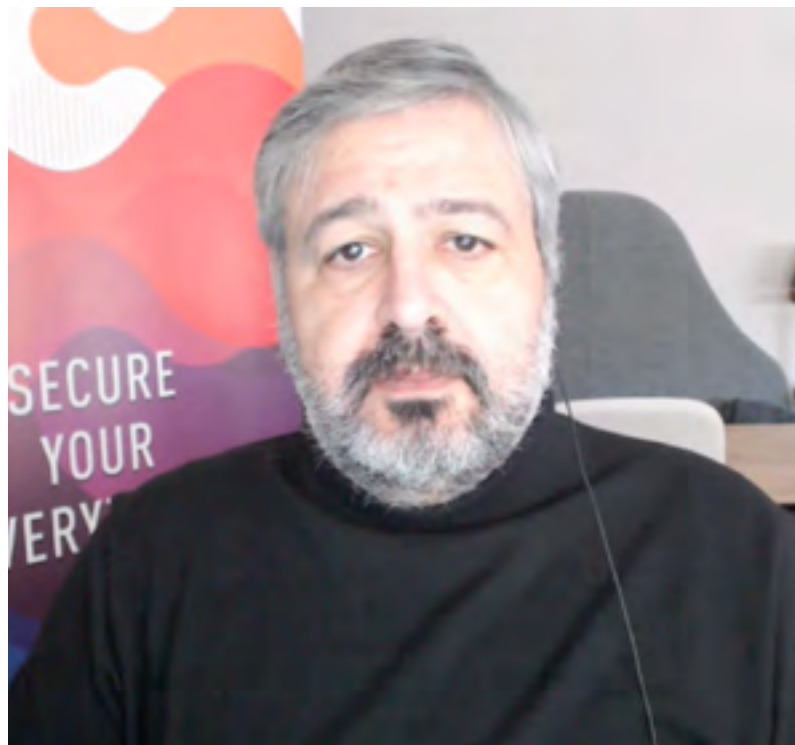
PROTEJA SU EXPERIENCIA EN LA NUBE DE AZURE

Los usuarios de servicios en la nube de Microsoft Azure, pueden tener que enfrentarse a tres grandes retos: garantizar que sus aplicaciones web sean seguras, garantizar que su nueva red en la nube sea segura; y mantener una infraestructura siempre segura. ¿Cómo elegir la solución de seguridad correcta para las infraestructuras de Azure? Este documento explica los criterios para la seleccionar una **solución para proteger las aplicaciones y la información en Microsoft Azure y garantizar el cumplimiento de las reglas de seguridad**



“Hemos de saber qué herramientas específicas de seguridad tiene que haber en un entorno on premise o en cloud, porque estas herramientas pueden ser específicas de un entorno o de ambos”

EUSEBIO NIEVA, CHECK POINT



siguieron nuevos interrogantes. Muchos clientes creen que el cloud no es tan seguro por la novedad, pero es muy importante planificar la migración y no dejar que únicamente sean las circunstancias las que nos lleven hacia allí”, aconsejó. Y una vez esté claro el plan, “se pueden desarrollar muchos pasos para tener un entorno mucho más seguro que on premise”.

Para tener todos estos entornos bajo control, “es importante contar con herramientas consistentes y homogéneas que permitan desplegar políticas de seguridad y visibilidad en cloud consecuentes con lo que ya tenía la empresa on premise”, sin pasarse por alto algunas administraciones que parecían tener poca importancia.

Aún con todo, “no hay que olvidar que el cloud incorpora nuevas amenazas para los entornos tecnológicos, como las autorizaciones de las administraciones, bajo qué condiciones se suben imágenes o se hace un despliegue de cargas en la nube o qué herramientas de terceros, incluso open source, se despliegan”, apuntó Eusebio Nieva, director técnico de Check Point.

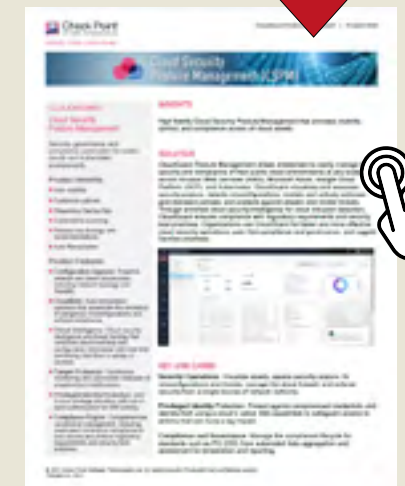
Todo esto era más fácil de controlar on premise. Ahora la mayoría de los problemas surgen por ese tipo de desconfiguraciones. “Siempre hay que tener en cuenta la parte del perímetro interno o el data center junto con la nube para saber coordinar ambos entornos a la vez y, además, saber qué herramientas específicas de seguridad tiene que haber en uno u otro entorno



CLOUD SECURITY POSTURE MANAGEMENT

CloudGuard Posture Management permite a las empresas administrar fácilmente la seguridad y el cumplimiento de sus entornos de nube pública a cualquier escala en AWS, Microsoft Azure, Google Cloud Platform y Ku-

bernetes. Además, visualiza y evalúa la actitud hacia la seguridad, detecta configuraciones incorrectas, modela y aplica activamente las políticas estándar y protege contra ataques y amenazas internas. Las organizaciones usan CloudGuard para operaciones de seguridad en la nube más rápidas y efectivas, cumplimiento y gobernanza sin problemas y prácticas de DevOps resistentes.



“De una manera transparente, hay que mantener garantizada la calidad de los datos, la integridad de la plataforma y la seguridad del ecosistema”

ELISA MARTÍNEZ, COMMVAULT



porque estas herramientas pueden ser específicas de un entorno o de ambos”, destacó. Si una empresa no tiene control, da igual que tenga visibilidad porque va a ser imposible evitar los incidentes.

Además, muchas organizaciones que están en el cloud no son conscientes de la problemática de la protección y la localización de los datos sensibles. En este sentido, Alfonso Martínez, country manager de Thales Data Protection, señaló que “el reto es securizar el entorno híbrido a la vez que el data center y tener visibilidad de los dos mundos. Muchas empresas han saltado a la nube de la noche al día por el miedo tras el año de pandemia y no han podido entrar en este entorno con toda la seguridad que les hubiera gustado”, subrayó. “A eso se le añade que el personal que está usando la nube está sobrecargado y a veces

no han sido formados específicamente para manejar estos entornos de nube”. Y ante esto, “es imprescindible herramientas que permitan a las organizaciones descubrir y clasificar su información, independientemente de dónde esté, para luego implementar las medidas oportunas de cifrado, tokenización o enmascaramiento”.

Para José Pérez, Sales Engineer de Entrust, “el cifrado es una herramienta indispensable en el cloud hoy en día y es la última frontera antes de acceder al dato. El hecho de que las empresas estén sacando datos que tenían dentro de casa hacia afuera, es algo que hace unos años hubiera sido impensable para un auditor. Y otros elementos que explica la importancia del cloud en el cifrados son las regulaciones, como las que tiene que cumplir el sector bancario con PCI-DSS”.

Respecto al acceso a la nube seguro, Sergio Martí-



7 CONSEJOS PARA PROTEGER LOS DATOS DE TU EMPRESA

La pérdida de datos no es una broma. Los ataques de ransomware y malware van en aumento, pero ése no es el único riesgo. Con demasiada frecuencia, las empresas piensan que sus datos están bien respaldados, pero en realidad no lo están.

Hay formas sencillas de proteger tu organización. Este documento muestra siete razones comunes por las que las empresas pierden datos, a menudo porque nunca estuvieron realmente protegidos, junto con consejos para ayudarte a evitar que te ocurra lo mismo.



“Hay que tener en cuenta qué infraestructuras, qué aplicaciones y qué datos se quieren subir a la nube prestando especial atención a los datos más críticos para añadirles medidas adicionales de seguridad como el cifrado”

JOSÉ PÉREZ, ENTRUST



nez, Iberia Regional Manager de SonicWall, advirtió que “estamos en un momento de aceleración, donde las credenciales son la nueva frontera. Los ataques de ransomware han aumentado en un 60%. Acceder a los recursos de la compañía en remoto, se ha convertido en clave. Hay que desplegar el doble factor de autenticación, pero, ojo, porque los SMS están dejando de ser seguros. Hay que asegurar una defensa por capas para que los dispositivos remotos sean de confianza con un control del endpoint y hacer un enforcement para que los usuarios finales sean de confianza”.

Además, añadió que todo el tráfico ha de ser monitorizado para al menos que en las capas de defensa tradicional sean válidas. “Restituir los end point a las

situaciones anteriores es clave. Si todo falla hay que desplegar también antivirus de nueva generación que permitan detectar todo aquello que pueda engañar al usuario”.

Aludiendo a esos volúmenes de ransomware citados por el portavoz de Sonicwall, Elisa Martínez, de Commvault, apuntó que “este año de tremenda aceleración para poder trabajar en casa, ha provocado que se adoptaran multitud de herramientas colaborativas donde la cloud ha sido crítica. Office 365 con Teams y su parte de Exchange han sido uno de los facilitadores y se han convertido en un gran valor para las compañías que las utilizan para gestionar proyectos, contratos u ofertas. Pero lo peor es que un año



NUEVAS ESTRATEGIAS PARA LA PROTECCIÓN DE DATOS MULTI-CLOUD

Cifrar los datos de la nube es esencial para proteger la información confidencial y las cargas de trabajo, pero es necesario hacerlo correctamente para ser eficaz y cumplir con los mandatos de cumplimiento. Un reciente informe de Forrester recoge prácticas como el uso de módulos de seguridad hardware (HSM) para almacenar las claves de encriptación de manera independiente a las cargas de trabajo Cloud.



“Hay que asegurar una defensa por capas para que los dispositivos sean de confianza, con control en el endpoint y un enforcement para que los usuarios finales sean de confianza”

SERGIO MARTÍNEZ, SONICWALL



después de estos despliegues no se tienen en cuenta todas las vulnerabilidades en muchas empresas. Es ahora cuando se están implementando políticas de backup, ransomware y recuperación de la información en el caso de que ocurra, para volver al momento que se encontraba la empresa antes”.

Sobre estos ataques, Miguel López, de Barracuda, señaló que “estamos viendo que el malware funciona en un contexto de coste-beneficio y van a atacar a los eslabones más débiles de la cadena independientemente del tamaño de la compañía, aunque a veces en la prensa solo se vean reflejados los grandes ataques”.

Por esta razón, los CISO demandan ayuda a los proveedores desde el punto de vista de seguridad y, en muchas ocasiones para tener visibilidad, ya que los

propios activos en la nube son desconocidos para estos profesionales. “Los departamentos de desarrollo a veces utilizan parte de la nube antes de ofrecer un producto a todos los clientes. Por eso, embeber los controles y los pasos de desarrollo es de lo más importante. Esta es una carencia para la mayoría de las compañías”, añadió Nieva durante el debate.

Otro punto clave al hablar de la seguridad de la nube es la responsabilidad: “los responsables de seguridad de las empresas tienen que saber securizar los datos después de haberlos subido a la nube. El último responsable de sus datos es la empresa no el proveedor de nube. Se puede proteger con muchos sistemas y controles, pero, si todo falla, hay que cifrar archivos, carpetas y aplicaciones. Es importante que los clien-



CÓMO ELEGIR EL FIREWALL DE PRÓXIMA GENERACIÓN PARA PROTEGER TU RED

El firewall ha existido durante más de dos décadas y hoy ha evolucionado hasta convertirse en lo que llamamos un cortafuegos de próxima generación (NGFW). A medida que las empresas investigan NGFW, hay varios factores que deben tenerse en cuenta

para asegurarse de que sus redes están debidamente defendidas. Esta guía ayudará a las empresas a elegir el NGFW correcto en función de varios criterios, incluidos características, capacidades de la plataforma, rendimiento y administración.



tes tengan la posibilidad de compatibilizar nubes ya sea Amazon, IBM Cloud, Google Cloud o la que sea para configurar su propia estrategia”, destacó durante la mesa redonda el country manager de Thales Data Protection.

Como remate al encuentro, José Perez, de Entrust, señaló que “l mejor consejo para una empresa es que se deje asesorar por expertos en cloud para poder hacer esa migración. Después hay que tener en cuenta qué infraestructuras, qué aplicaciones y qué datos se quieran subir prestando especial atención a los datos más críticos con medidas adicionales de seguridad, como el propio cifrado”.

[Para ver la charla completa, accede aquí.](#)



“Son imprescindibles herramientas que permitan descubrir y clasificar información, independientemente de dónde esté, para luego implementar las medidas oportunas de cifrado, tokenización o enmascaramiento”

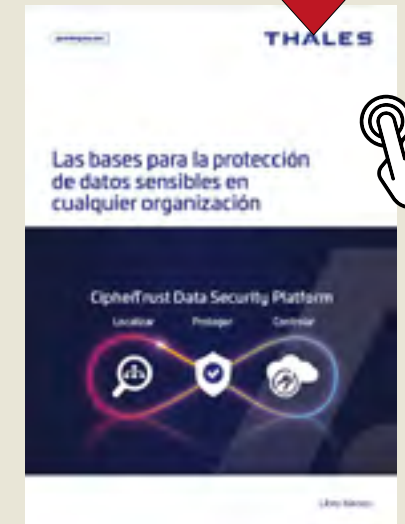
ALFONSO MARTÍNEZ, THALES DATA PROTECTION



LAS BASES PARA LA PROTECCIÓN DE DATOS SENSIBLES EN CUALQUIER ORGANIZACIÓN

Con la proliferación de datos en la actualidad, el auge de los reglamentos de privacidad, el aumento en el uso de la nube y la persistencia de amenazas avanzadas, una seguridad centrada en los datos permite tener el control de los datos sin importar dónde estén

y evitar así que los ladrones de datos los puedan leer. Pero, para ser efectiva, esta protección debe actuar automáticamente sin depender de la intervención del usuario. Este libro blanco se centra en los desafíos que supone la seguridad de los datos en esta era de proliferación de datos. También ofrece estrategias para localizar y clasificar sus datos críticos y aplicarles una seguridad centrada en los datos.



Si te ha gustado este artículo, compártelo



¿Cómo proteger mis activos en un entorno de cloud híbrida?



“La seguridad de los datos comienza con su localización” (Thales)



“La seguridad SASE Zero Trust es el nuevo paradigma” (SonicWall)



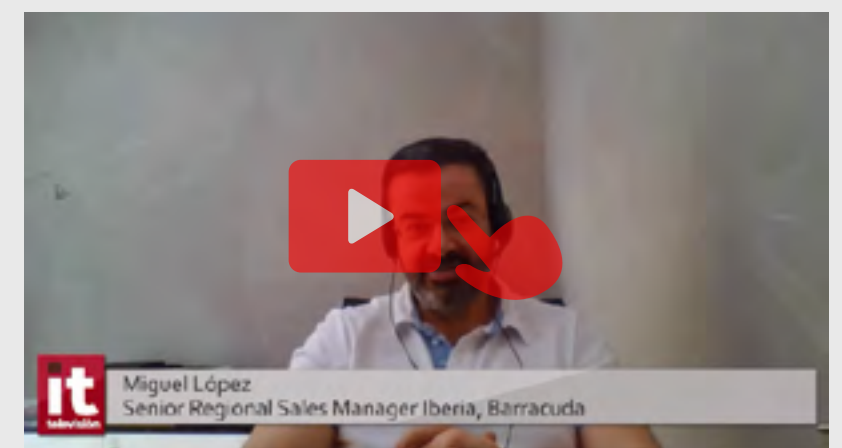
“No es buena idea migrar la nube sin cifrado” (Entrust)



“Las plataformas de backup y recuperación deben asegurar la integridad de la información” (Commvault)



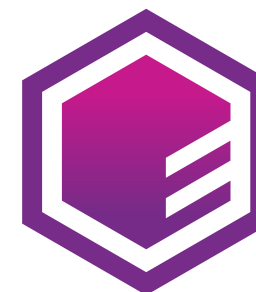
“Lo más importante es una protección unificada y nativa en la nube” (Check Point)



“Proponemos herramientas para tener seguridad, visibilidad y control también en la nube” (Barracuda)

ACEDIENDO A UNA NUBE SEGURA

LA CONEXIÓN EN LA
NUBE NO SIGNIFICA
MENOS PROTECCIÓN



ENTRUST



ENTREVISTA

La pandemia ha impulsado la transformación digital. También en el ámbito académico, uno de los más perjudicados por la Covid. Ahí es donde el Plan Director 2020, comenzado en 2018 por la conferencia de rectores Crue Universidades Españolas, ha resultado ser visionario. La importancia otorgada en el mismo a tendencias como blockchain y su aplicación en la Universidad, lucen hoy como un faro en la carrera acelerada hacia la adopción de una tecnología que nos ayude a navegar los convulsos tiempos que nos ha tocado vivir. Andrés Prado, Coordinador del grupo de trabajo "Dirección de TI" en Crue, repasa algunas de las claves de este fascinante proyecto.

Arancha Asenjo y Alberto Varet

“Necesitamos modelos de infraestructura centralizada que permitan la transformación digital plena en la Universidad”

ANDRÉS PRADO, CRUE UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS



Andrés Prado
Coordinador del grupo de trabajo "Dirección de TI" en Crue Universidades Españolas

Uno de los ambientes más trastocados por la pandemia es el de la educación. ¿Cómo conseguir formar a los estudiantes sin clases presenciales? ¿De qué manera pueden las innovaciones digitales solventar los problemas derivados de la Covid? Como si hubiera previsto tan penosa situación, Crue Universidades Españolas, una asociación sin ánimo de lucro formada por 76 instituciones nacionales (50 públicas y 26 privadas), puso en marcha, en 2018, el Plan Director 2020, una estrategia dirigida a estructurar acciones que aplicasen la tecnología a la vida universitaria. El tiempo y las circunstancias han acabado por darle la razón a sus responsables dos años después.

Uno de ellos es Andrés Prado, Coordinador del grupo de trabajo "Dirección de TI" en Crue Universidades Españolas, quien asegura que el valor de esta conferencia de rectores está en "su capacidad para ser la voz de referencia de las universidades con todos los agentes que tienen implicación en el sistema español de educación, investigación y transferencia". Una situación de privilegio que tiene, hoy más que nunca, un fuerte componente tecnológico que el entrevistado desgrana de esta manera: "Crue se estructura en torno a comisiones sectoriales compuestas por expertos dentro del ámbito universitario. Estos son responsables de las actividades que nuestra agrupación considera esenciales. Una de ellas es la

“Tratamos de diseñar un plan director o de actividad centrado no en la tecnología en sí misma, sino en los distintos ambientes de actuación con ellas”

tecnología, de la que surge la sectorial de TI, que tiene tres ejes fundamentales: el primero es el asesoramiento sobre su adopción en las misiones universitarias; el segundo, la evaluación de la capacidad tecnológica aplicable en docencia, investigación y gestión universitaria; y el tercero, el establecimiento de un elemento de colaboración entre esos proyectos con un marcado componente tecnológico”.

La aguja que enhebra estos tres puntos es el citado Plan Director 2020, elaborado a iniciativa del rector de la Universidad de Jaén, quien pretendía impulsar una idea que fuera más allá de la asistencia de grupos de trabajo. El resultado acabó por dar visibilidad a la estrategia de Crue en el ámbito tecnológico desde una perspectiva claramente tangencial. “Tratamos de diseñar un plan director o de actividad centrado no en la tecnología en sí misma, sino en los distintos ambientes de actuación con ellas. Nuestra la-

bor, pues, ha ido dirigida a estructurar todo ese tipo de acciones en torno a los susodichos ejes estratégicos, pero no tanto desde el punto de vista de las tendencias como de su aplicación en la universidad”, argumenta el Director TIC.

Una esmerada tarea que consta de seis grandes bloques:

1. Gestión de las TIC en el entorno universitario: “Tratamos de identificar modelos de referencia en sociedad para luego adoptarlos en las diferentes instituciones”.

2. Tres grandes ejes relacionados con la actividad académica: “La tecnología en la docencia, el ámbito de la investigación (donde se ha abrazado el prototipo europeo Open Science o ciencia abierta) y la aplicación de las innovaciones en la gestión universitaria”.

3. Administración digital: “Buscamos un acercamiento a la comunicación en la Universidad marcada por conceptos como la movilidad o la conexión permanente”.

4. Gobierno del dato: “Se ha trabajado en reconocer diferentes patrones para después decidir cuál era el más flexible a la hora de ser adaptado a las instituciones”.

5. Cultura digital: “En el más amplio término. Aquí tuvimos en cuenta otro de los elementos más fundamentales en los últimos años: el de las competencias digitales. Es decir, esos temas más candentes que las universidades han tenido que ir adoptando”.

6. Empoderamiento de los profesionales de la tecnología en nuestro medio: “Este último año, muchas de las instituciones han puesto en valor nuestras actividades. Nos estamos convirtiendo en una pieza fundamental dentro de esos espacios tan complejos que son las universidades”.

Seis verticales muy estimulantes que, sin embargo, pueden ser un quebradero de cabeza a la hora de llevarlos a la práctica. ¿Cómo hicieron desde Crue para financiarlos y ejecutarlos? “Financiación hay poca. Es una labor puramente altruista de profesionales del sector que entienden que en el trabajo conjunto hay beneficio para todos. Es verdad que luego hay iniciativas que tienen un desarrollo más allá de la sectorial y que acaban por convertirse en un proyecto en sí mismas. Incluso en soluciones que sí terminan por llevar una línea de financiación. Pero nuestra labor es de asesoramiento, identificación de buenas prácticas y de tratar en muchos casos que esas buenas prácticas tengan una facilidad de adaptación y adopción por cada una de las universidades”.

La valía de semejante esfuerzo fue refrendada por el duro y atípico año 2020. Andrés Prado explica cómo llegaron a alcanzar unos números que incluso les sorprendieron a ellos mismos: “El 95% de los 73 proyectos propuestos fueron abordados a pesar de la pandemia,

“Nuestra labor es de asesoramiento, identificación de buenas prácticas y de tratar en muchos casos que esas buenas prácticas tengan una facilidad de adaptación y adopción por cada una de las universidades”

y 44 de estos se han culminado con éxito. Un resultado muy satisfactorio, sobre todo si tenemos en cuenta que algunas de estas líneas de acción tienen aún recorrido”.

Una de esas líneas relaciona blockchain con la universidad. Se llama BLUE y ha surgido “de una dinámica de lanzar informes para poner en contexto la tecnología en la universidad”. “Fue algo así como un pequeño análisis estratégico en el que incorporábamos diferentes puntos de vista para saber dónde y cómo adoptar blockchain en las instituciones educativas. El trabajo contó con la colaboración coordinada de RedIRIS (red española para Interconexión de los Recursos Informáticos de las universidades y centros de investigación). Gracias a ellos, avanzamos en la mejora de procesos centrados en la actividad del estudiante. Y luego, tuvimos la suerte de coincidir en el tiempo con una iniciativa a nivel europeo llamada EBSI (The European Blockchain Services Infrastructure), que empezamos asimismo a coordinar, y que tiene un caso de uso dedi-

cado a las certificaciones académicas”, expone Andrés Prado.

Aparte de blockchain, la labor con RedIRIS se extiende a otros proyectos también de suma importancia para nuestro país que el entrevistado explica así: “Con ellos y el Ministerio de Universidades trabajamos igualmente para que las líneas de financiación puedan aportar novedosos mecanismos de transformación dentro del sistema universitario español. Es decir, que sean propuestas para mejorar como sistema, pues estamos viendo que hay una verdadera necesidad de adoptar modelos de infraestructura centralizada y consumo distribuido y personalizado que permitan acceder a una transformación digital plena en nuestro ámbito”.

Sí, el famoso cambio de paradigma que tantas veces nos ha llevado a preguntarnos por el estado de las cosas en el mundo empresarial es igualmente palpable en el ambiente de la Universidad desde, al menos, 2018. “El informe TIC 360 de hace dos años trataba,

justamente, de la transformación digital de las universidades. Ahí estaban nuestras reflexiones sobre cómo enfocar las cosas en el presente para poder evolucionar en el futuro. 2020 ha puesto de manifiesto la pertinencia de nuestro estudio, así como el estado real de la digitalización de las universidades. El caso es que nunca tuvimos mayor visibilidad en la comunidad universitaria como hoy. Tampoco hubo nunca tanta aceptación de nuestros servicios y adopción de los mismos. Hemos tenido unos reconocimientos insólitos. En el fondo, este año sirvió para poner de manifiesto el valor de los proyectos en los que trabajamos durante mucho tiempo. Unos proyectos que han elevado la cultura digital universitaria”, asegura el Director TIC.

Un triunfo meridiano de la propuesta de Crue que nos recuerda que la ruta hacia la digitalización es tan solo un camino que hemos empezado a andar, y que será demasiado arduo sin nuevas vías de financiación. En palabras de Andrés Prado: “Enriquecería mucho en el medio universitario la adopción digital en términos generales. Hablo de consumo de infraestructuras de software como servicio. Creo que ese ámbito personalizado es importante trabajarlo en la educación. Aparte, es necesario hacer una reflexión madura sobre las estructuras de las organizaciones y, dentro de las mismas, de las áreas

de innovación. Capacitar a los profesionales en un entorno que se mueve imparable y en el que sus propios roles dentro de la universidad no dejan de evolucionar. La tecnología no se gestiona hoy como hace veinte años, y eso nos debe hacer reflexionar. Es un pilar fundamental para el desarrollo de la actividad universitaria”.

La universidad, pues, no sólo como un foco de conocimiento, también como una palanca de la revolución digital en la que vivimos inmersos. ¿Pueden, entonces, ser las instituciones educativas generadoras de ese talento que tantas veces se demanda? Andrés Prado lo tiene claro: “Por supuesto. Las universidades han fortalecido los ambientes de emprendimiento. Esas misiones deben tener cabida igualmente en la universidad moderna. Que ésta no sólo sea transferencia, sino también capacidad para el emprendimiento”.■



MÁS INFORMACIÓN



[CRUE Universidades Españolas](#)



[El futuro de la educación pasa por un modelo de enseñanza híbrido](#)



[La educación contribuye a frenar la caída del mercado de redes inalámbricas](#)

“Las universidades han fortalecido los ambientes de emprendimiento. Esas misiones deben tener cabida igualmente en la universidad moderna. Que ésta no sólo sea transferencia, sino también capacidad para el emprendimiento”

Si te ha gustado este artículo, compártelo





Aryse 360^o

UNA SOLUCION
INTEGRAL AVANZADA
PARA TODAS
TUS NECESIDADES

Te presentamos Aryse360^o, la única solución integral de la industria que unifica Conectividad, Seguridad y Colaboración para que solo tengas que preocuparte por tu negocio.



www.aryse360.com

Cuota mensual
Todo Incluido, HW, SW,
Mantenimiento y
Servicios profesionales

OPINIÓN

Diez empresas Big Tech con aplicaciones prácticas de computación cuántica



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

Abu Dhabi comienza a construir la primera computadora cuántica de los Emiratos Árabes Unidos (UAE); el laboratorio que construye la computadora cuántica también tiene como objetivo producir microchips 'hechos en Abu Dhabi' para fines del verano de este año. Lo más significativo es que Abu Dhabi ha comenzado a fabricar su propia computadora cuántica con el objetivo de generar avances en el descubrimiento de fármacos y tecnología de baterías. Es decir, que hay una finalidad comercial, práctica. Y esto es un grandísimo avance: cuando aquí, en [IT User publicamos sobre computación cuántica el 1 de octubre de 2019](#), aún no había aplicaciones prácticas, versus la computación "tradicional". Y, dejamos claro que la "Ley Moore" seguía siendo plenamente vigente.

El nuevo CEO de Intel Corporation, Pat Gelsinger, va a invertir 20.000 millones de dólares en recupe-

rar el liderazgo que le disputan Nvidia, QUALCOMM, Samsung o Huawei. Para ello, Intel incrementará su dependencia del "outsourcing" en fabricación y renovará sus esfuerzos para proveer semiconductores a terceros. Pat Gelsinger es nuevo CEO, pero no es nuevo en Intel, donde trabajó 30 años con la "vieja guardia" de Andy Grove, "para quien, solo los paranoicos sobreviven". Y no le falta razón. En los últimos años, Intel abandonó sus valores y cayó en la autocomplacencia. Una parte de esa inversión de Intel será destinada a la computación cuántica.

"Y los de Abu Dhabi, con ciudades digitalizadas y rascacielos que tocan el cielo", se lanzan a la búsqueda de aplicaciones prácticas para la computación cuántica, que es el Santo Grial de las Tecnologías de la Información y Digitalización. En nuestro artículo de 2019, Google había hecho experimentos para la NASA (que publicamos en primicia en España en IT

User) y decía que "lo llevado a cabo, hubiera costado 10.000 millones de años a la computación tradicional". Recientemente, "los chinos", sin especificar quienes porque son 1.500 millones..., afirman que han desarrollado una computadora cuántica "un billón de veces más rápida que aquella de Google". El que no corre... ¿vuela?

El Instituto de Innovación Tecnológica de Abu Dhabi, el brazo de investigación aplicada del Consejo de Investigación de Tecnología Avanzada de Abu Dhabi, está construyendo la computadora en sus laboratorios del Centro de Investigación Cuántica, en colaboración con Qilimanjaro Quantum Tech, con sede en Barcelona. Barcelona..., España. "Estamos en la cúspide de una nueva era con el advenimiento de la computación cuántica", dice Faisal Al Bannai, secretario general del Consejo de Investigación de Tecnología Avanzada.

En la misma línea, la computación cuántica representa “la capacidad de condensar décadas o incluso siglos de procesamiento numérico, en minutos”, asevera un informe compilado por la Cumbre del Gobierno Mundial y PwC.

El laboratorio en Abu Dhabi había optado por usar qubits superconductores, que es la misma tecnología que Google e IBM están usando para construir sus computadoras cuánticas. Pero la computación cuántica es un campo más nuevo, popularizado por el físico teórico John Preskill, a quien se le ocurrió una formulación de supremacía cuántica, o la capacidad de las computadoras cuánticas para hacer cosas que no son posibles para las computadoras ordinarias. Desde entonces, las economías más grandes del mundo, de EE.UU., Rusia, China y Japón, así como los grandes de la tecnología IBM, Alibaba, Facebook y Google, han estado luchando por la supremacía en el campo de la computación cuántica.

Pero hasta ahora, solo se han solucionado problemas computacionales muy limitados con la finalidad de probar la velocidad. Las computadoras cuánticas aún no son capaces de resolver problemas prácticos-prácticos, muy prácticos: no saben poner la lavadora, por ejemplo.

Pero, cuando lo hacen, su potencial es enorme y puede acelerar rápidamente el descubrimiento humano. Por ejemplo, dado que las computadoras cuánticas pueden simular y diseñar estructuras moleculares a nivel atómico, uno podrá ver

cómo funcionará un nuevo medicamento en un ser humano, eludiendo algún día las pruebas en humanos o animales.

Una computadora cuántica podría algún día responder preguntas sobre los orígenes del universo y preguntas persistentes sobre el espacio y el tiempo, que ahora solo “vemos” en películas como “Interstellar” o “Timeline”.

Como dijimos más arriba, en 2019, Google afirmó que construyó la primera máquina en lograr la “supremacía cuántica”; es decir, una computadora que fue la primera en superar a las mejores supercomputadoras del mundo en el cálculo cuántico. Su prototipo de computadora cuántica completó en menos de cuatro minutos un cálculo que a una supercomputadora le habría llevado 10.000 años completar.

Otros, como IonQ Inc. se están preparando ya para convertirse en la primera empresa que cotiza en bolsa y se centra específicamente en la comercialización de la computación cuántica. Y su camino hacia la Bolsa de Valores de Nueva York es a través de un acuerdo de adquisición con fines especiales (SPAC) que valora la entidad combinada en aproximadamente 2 billones de dólares. IonQ Inc. es una startup de computación cuántica con sede en College Park, Maryland, y se convertirá en la primera empresa que cotiza en bolsa, enfocada totalmente en la comercialización de hardware y software de computación cuántica.

Aunque no es la única empresa. Microsoft Corp., IBM, D-Wave Systems Inc, Amazon, Alibaba, Face-

book SpaceX y Google (Alphabet) están compitiendo para construir la primera computadora cuántica escalable de grado comercial. Facebook quiere una Inteligencia Artificial más rápida: al aprovechar el poder de la física cuántica, las computadoras cuánticas ofrecen la promesa de lanzar cálculos algorítmicos complejos para aplicaciones de inteligencia artificial al hiperespacio. Que son aplicaciones en las que Elon Musk (Testa SpaceX) y Jeff Bezos (Amazon) también están trabajando.

Cuando el río suena, agua lleva, dice el refrán. Una docena de grandes empresas tecnológicas norteamericanas desarrollando aplicaciones prácticas de computación cuántica es algo que tomarse muy en serio. Aunque la computación cuántica no sepa aún hacer la colada o llenar el lavavajillas. ■



MÁS INFORMACIÓN



[El gasto en computación cuántica se multiplicará por 35 en la próxima década](#)



[DARPA lanza un programa para acelerar la tecnología de cifrado homomórfico](#)



[Computación cuántica para ayudar a la cadena de suministro automotriz](#)



[Taiwán quiere ser una potencia cuántica](#)



8
ABRIL
11:00 CET

REGISTRO



Sophos ZTNA: securizando el acceso a organizaciones en cualquier lugar

ON DEMAND

Sophos aborda la problemática actual de seguridad a la que se enfrentan las empresas, con un mayor volumen de ataques y la necesidad de extender las medidas de protección a una organización dispersa. Explica, además, qué es Sophos ZTNA (Zero Trust Network Access).

REGISTRO



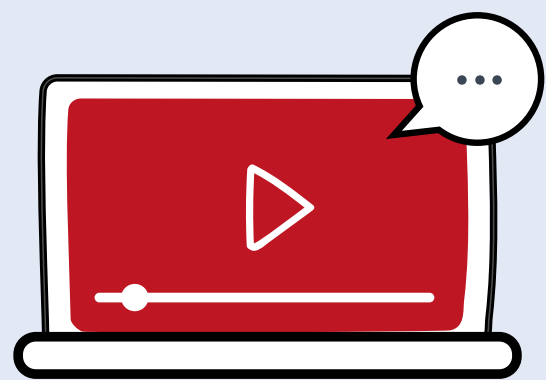
Operaciones y Kubernetes

Infraestructura para cargas nativas en Cloud

La adopción de Kubernetes está permitiendo a las empresas implementar y administrar contenedores y, al mismo tiempo, administrar aplicaciones heredadas obteniendo ventaja competitiva, capacidad de innovación y productividad en sus entornos de desarrollo.

22
ABRIL
11:00 CET

REGISTRO



#ITWEBINARS

Aplicaciones, ¿cómo desarrollo y entrego mi mejor software?

6
MAYO
11:00 CET

Porque las aplicaciones son hoy -más que nunca- la cara del negocio... Únete a este Encuentro IT Trends con expertos y conoce las mejores prácticas y todos aquellos aspectos a tener en cuenta cuando se desarrollan aplicaciones y software, así como a la hora de ponerlos en producción y administrarlos.

REGISTRO



Cómo hacer avanzar y proteger la empresa digital

El mercado de la ciberseguridad está adoptando nuevos o renovados planteamientos para obtener visibilidad de lo que ocurre en la red. En este webinar abordaremos los principios de las tecnologías de EDR, NDR, SIEM y SASE y sus capacidades para proporcionar la seguridad que toda empresa digital necesita.





Impresión Digital


CENTRO DE RECURSOS



**Beneficios de
los servicios gestionados
de impresión**

brother

Beneficios de los servicios gestionados de impresión para empresas y empleados



Los servicios gestionados de impresión son mucho más que una simple solución de alquiler de impresoras. Son soluciones ofrecidas por los principales proveedores de impresión, como Brother, para ayudar a las empresas a gestionar y controlar sus equipos, entre los que se incluyen escáneres, faxes e impresoras multifunción.

Para muchas empresas, la instalación, el mantenimiento y la actualización de sus impresoras puede ser una tarea compleja, que pocas personas pueden llevar a cabo. Por eso las compañías están optando por los servicios gestionados de impresión (MPS,) para simplificar la gestión de sus impresoras y controlar los costes. Como señala Brother, gracias a su flexibilidad y adaptabilidad, las pequeñas empresas también pueden beneficiarse de los servicios gestionados de impresión, cuyos principales beneficios son cinco.

MENOS MOLESTIAS

Muy pocas empresas tienen a su disposición un experto en impresión encargado de gestionar y mantener los equipos instalados. Esto implica una dedicación de tiempo que podría ser empleado en otras tareas más relevantes del negocio. Afortunadamente, un servicio gestionado de impresión evita estas molestias a cualquier compañía.

La gestión completa de las impresoras, incluyendo la provisión de un servicio de aten-

ción al cliente que ha contratado un servicio gestionado de impresión dedicado, a la gestión de consultas y problemas relacionados con la impresión, reduce la gestión y libera tiempo al equipo de TI de las empresas. La supervisión remota, combinada con el servicio automatizado, alertas sobre averías y estado y reposición de los consumibles, garantizan que los usuarios puedan centrarse en sus tareas diarias. Además, en caso de incidencias,

el servicio técnico telefónico y el nivel de servicio de reparación acordados previamente garantizarán un tiempo de inactividad de la impresora mínimo.

ADIÓS CAPEX, HOLA OPEX

La tecnología avanza más rápido que nunca, y algunos equipos no tardan mucho en quedarse obsoletos. Esto significa que, si una compañía invierte mucho presupuesto en la adquisi-

ción de estos equipos, el coste de adaptarse al ritmo al que avanza la tecnología y a sus cambios acelerados puede ser muy elevado. Estos servicios de pago por uso permiten transformar las operaciones de impresión de gastos de capital (CapEx) a gastos operativos (OpEx), reemplazando esa inversión significativa de capital y los costes variables de funcionamiento continuo por cuotas mensuales fáciles de provisionar.

Además, los proveedores de servicios gestionados de impresión no sólo recomendarán el mejor hardware que se adapte a cada empresa, sino que también le recordarán cuándo actualizar los equipos para contar siempre con la última tecnología.



¿QUÉ SON LOS SERVICIOS GESTIONADOS DE IMPRESIÓN?



MAYOR SEGURIDAD

Un aspecto importante que se debe tener en cuenta al considerar contratar la impresión en modo servicio es identificar los posibles riesgos de seguridad para diseñar un plan de seguridad a medida de cada empresa, con el fin de evitar cualquier ciberataque o violaciones en la privacidad de los datos. Desde restricciones en las funcionalidades hasta la implementación de nuevos protocolos de impresión; una seguridad en la impresión más inteligente puede cerrar cualquier brecha.

Asimismo, se debe insistir en que los dispositivos en red tengan integradas funciones de

seguridad de alto nivel, como la protección a través de tarjetas NFC o un código PIN, así como la encriptación a nivel corporativo para proteger la información confidencial que se esté manejando.

REDUCCIÓN DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

Si lo que se busca es reducir el impacto sobre el medioambiente, la impresión en modo servicio ayuda a gestionar y controlar la cantidad de papel, energía y consumibles que se usan. La recogida y el reciclaje de los consumibles usados es una opción que puede añadirse como

Todas las novedades sobre el mercado de impresión en #IMPRESIONIT



parte del servicio contratado. Además de reducir los residuos, las soluciones de MPS facilitan el seguimiento y el control del uso de la impresión, y ayudan a identificar las áreas en las que puede optimizar su uso y a aplicar las mejores prácticas para el usuario.

VISIBILIDAD Y CONTROL

Los servicios gestionados de impresión no solo ofrecen una infraestructura de impresión que garantiza la disponibilidad de un equipo y la capacidad de atender el volumen de uso que

La oportunidad de la seguridad de la impresión como servicio

Los responsables de adquirir soluciones de impresión consideran la experiencia en seguridad y las credenciales al seleccionar un proveedor de servicios de impresión gestionados (MPS). La mayoría de los encuestados ya habían incorporado o planeado incluir la seguridad como parte de su contrato de MPS. Sin embargo, cada vez hay más expectativas por parte de los compradores de que los dispositivos de impresión deben ser seguros y que las soluciones y ser-

vicios relacionados también serán compatibles de facto. Los proveedores se verán envueltos en una carrera hacia abajo en términos de ofrecer el coste por página más bajo con el número máximo de prestaciones, incluida la seguridad.

IDC cree que hay una ventana de oportunidad para que los proveedores opten por el valor añadido de proporcionar servicios de impresión seguros. El cumplimiento normativo ya no es un proyecto único, sino una

parte de la gestión de la infraestructura de impresión y algo con lo que las organizaciones necesitan ayuda constante y continua. Al ofrecer seguridad de la impresión como servicio, ya sea como una sola oferta o como parte de un contrato MPS, los proveedores pueden mejorar y profundizar la relación con el cliente y potencialmente asegurar negocios a largo plazo y más rentables.

Sin duda, la seguridad de impresión empresarial es cada vez más

robusta, pero no es impenetrable y los hackers no se quedan parados. Se están produciendo infracciones relacionadas con la impresión y, sin embargo, las impresoras todavía a menudo se pasan por alto como puntos débiles de la red. Los proveedores deben crear conciencia y temor en torno al hecho de que las impresoras son vulnerables y ofrecer los servicios, las garantías y la tranquilidad que los clientes necesitan.

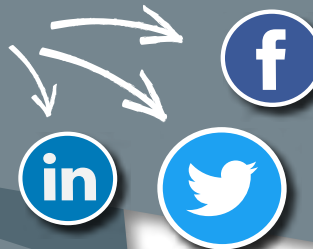
cualquier empresa requiere, sino que también permiten realizar un seguimiento detallado del uso de cada impresora.

Lo más importante es encontrar un proveedor que ofrezca estos servicios a través de la nube para poder monitorizar los equipos de forma constante. Desde la recopilación de datos, pasando por el uso por parte de los empleados, hasta las alertas auto-

máticas sobre la necesidad de sustituir los consumibles. Esta información se refleja en informes regulares que el proveedor debe ofrecer con el fin de identificar oportunidades para optimizar la infraestructura de impresión y tomar realmente el control de los gastos relacionados con la impresión de toda una empresa, independientemente de su tamaño. ■

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo
en redes



MÁS INFORMACIÓN



[Toda la información sobre el mercado de impresión](#)



[Cuál es la propuesta de Brother para el mercado de impresión](#)



[Cómo proteger la impresión distribuida híbrida](#)



[Era post-pandemia, una oportunidad para reinventar el negocio](#)



[Inteligencia artificial, ¿cómo afecta al mundo de la impresión?](#)



[La importancia de la seguridad en el mundo de la impresión](#)

Solución de impresión para entornos hiperdistribuidos

Para la mediana y gran empresa
con empleados en teletrabajo

9,90 € empleado/mes*

Descubre más >



*Precio por puesto de trabajo basado en 25 equipos, modelo MFC-L2710DW, con un contrato a 4 años y un volumen de 200 páginas/mes. Impuestos no incluidos.

“LAS EMPRESAS ESTÁN ADOPTANDO EL MODELO DE DIGITALIZACIÓN DISTRIBUIDA”

JOSÉ RAMÓN SANZ, RESPONSABLE DE MARKETING DE PRODUCTO DE BROTHER IBERIA

2020 ha sido un año atípico, marcado por la pandemia. ¿Cómo va a evolucionar 2021?

Ésta es la pregunta que nos estamos haciendo todos y que, ahora mismo, tiene una difícil respuesta. No obstante, por cómo están transcurriendo los primeros meses del año se puede decir que 2021 tendrá un comportamiento diferente en la primera mitad y en la segunda.

En los primeros seis meses del año todavía va a haber una serie de elementos que afecten a la movilidad de las personas, con lo que esto supone para muchas industrias. A medida que el plan de vacunación avance, la incidencia de la pandemia se reduzca y la presión en el sector sanitario se vaya relajando, lograremos tener una situación más parecida, aunque no igual, que en 2019.

¿Qué implicaciones va a tener esta situación en el sector tecnológico?

Desde Brother creemos que este año se va a fortalecer el componente tecnológico dentro de las empresas.

A esto hay que unir que, una vez que se haya superado la pandemia y se hayan relajado las medidas sanitarias para frenar los contagios, el teletrabajo tendrá su propio peso en la organización del trabajo en las empresas. De hecho, ya existen muchas organizaciones que han adoptado modelos de trabajo mixto, dotando a sus profesionales de elementos técnicos para que puedan realizar sus funciones desde cualquier lugar.

A pesar de esta realidad, todavía quedan empresas que tienen que hacer esta adaptación y fortalecer estas áreas tanto en la oficina como en los hogares. Lo que está claro es que el teletrabajo ha llegado para quedarse.





“EL TRABAJO MIXTO IMPULSARÁ LA IMPRESIÓN DISTRIBUIDA”

¿Cuáles son las tendencias que van a marcar el mercado de impresión en un escenario post-COVID?

En el mundo de las empresas se observan dos tendencias claras. Por un lado, la vuelta a la oficina. Muchas personas que en la actualidad se encuentran todavía teletrabajando volverán a su puesto de trabajo presencial de forma progresiva.

Por el otro, las empresas tendrán que seguir manteniendo una serie de medidas para evitar la confluencia excesiva de las personas o que los dispositivos sean compartidos por varios trabajadores.

La consecuencia es que las empresas adoptarán lo que en Brother denominamos una digitalización distribuida.

¿En qué consiste la digitalización distribuida?

A grandes rasgos, la digitalización distribuida consiste en que, en vez de tener un equipo centralizado, donde todo el mundo confluye a la hora de recoger sus trabajos de impresión o sus actividades de escaneado, se dispone de múltiples equipos más compactos, más pequeños, pero que ofrecen las mismas funcionalidades para que todas las personas puedan hacer su trabajo.

dades para que todas las personas puedan hacer su trabajo.

En vez de disponer de un único punto de impresión por planta, habrá dos o tres con el fin de prevenir contagios.

¿Cómo va a influir el teletrabajo en el mundo de la impresión?

Como he mencionado con anterioridad, la tendencia es que las empresas implanten modelos de trabajo mixto. Los empleados desempeñarán sus funciones unos días desde la oficina y otros desde su casa, con lo que eso implica para la organización. Esos hogares todavía hay que dotarlos de equipamiento tecnológico que permita desarrollar la actividad laboral manteniendo los niveles de productividad y, sobre todo, con seguridad.

En 2020 se produjo un desarrollo de compras de productos tec-



Impresión Digital

nológicos para paliar el déficit de tecnología que tenemos en los hogares. Estas adquisiciones no son suficientes para lograr toda la productividad que una persona tiene en la oficina. Las empresas también tienen que desarrollar una serie de sistemas a la hora de asesorar, organizar, comprar ese tipo de equipamiento.

¿Qué tendencias de impresión dominarán el ámbito doméstico?

Hemos hablado de las empresas que compran o facilitan equipamiento lógico a sus empleados, pero también dentro de ese trabajo en casa se encuentran las personas que en si mismas son autónomas, que trabajan por su cuenta, y que han hecho de su hogar el centro de su trabajo. Se va a producir una duplicidad de equipos y todo esto hay que prepararlo desde un entorno más doméstico.

En el ámbito de los hogares también existe otro fenómeno que afecta a la impresión o a la digitalización en el domicilio. Se trata de la Escuela en Casa. A pesar de que poco a poco los estudiantes volverán a sus cen-

LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DOCUMENTAL PARA LA CONTINUIDAD DE LOS NEGOCIOS

El confinamiento y el teletrabajo han hecho que la gestión documental esté cada vez más extendida, ya que todos nos hemos visto obligados a sumergirnos en este proceso por la distancia generada. Hasta hace cinco años, la gestión documental era algo propio de las empresas (sobre todo de las grandes), y consistía en tener un equipo dedicado a la digitalización de documentos, con herramientas sofisticadas, y procedimientos para digitalizar los documentos en papel. Es decir,

cuando un empleado necesitaba digitalizar un documento tenía que recurrir a esos equipos, que luego se encargaban de subirlos a los directorios de la empresa.

Afortunadamente esta situación ha cambiado, y este cambio ha venido acompañado en nuestro país por un incremento de las ventas de los equipos multifunción con capacidad de digitalizar documentos, y de los escáneres documentales, que se han convertido en soluciones más democratizadas que facilitan la digitali-



JOSÉ RAMÓN SANZ,
Responsable de Marketing de
Producto de Brother Iberia

zación de documentos a cualquier usuario. Además, según datos de IDC 2020, el 57% de los escáneres que se venden vienen equipados con tarjeta de red o WiFi, por lo que cualquiera podemos digitalizar un documento, tanto desde dispositivos móviles como a un equipo conectado en la red corporativa.

Puedes leer la tribuna de opinión entera en [este enlace](#)



tros de estudios, se prevé que ciertas materias continúen impartándose de manera online, o cada vez haya más cursos que se realicen a través de Internet.

Durante la pandemia hemos comprobado cómo han cambiado los hábitos de impresión en lo que a estudiantes se refiere. Anteriormente el equipamiento que había en los hogares era muy básico y, ahora, se requiere de equipos más sofisticados para satisfacer la demanda de este colectivo.

En lugar de equipos muy básicos y muy baratos se está pasando a equipos con más prestaciones que den servicio a todas las personas que conforman el hogar.

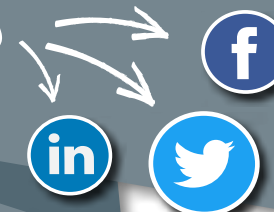
¿En qué áreas se va a centrar su compañía este año?

En Brother estamos trabajando en nuevas soluciones que satisfagan las necesidades de la oficina en casa. El teletrabajo ha llegado para quedarse y nuestras soluciones cubren tanto las necesidades que tienen las empresas como la que demandan las personas.

Impresión Digital

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo
en redes



También estamos trabajando en reforzar nuestra oferta de impresión distribuida. Nuestros próximos lanzamientos facilitarán la impresión como servicio. Estamos hablando de que una empresa pueda adquirir un equipo de impresión y gestionar la compra de un consumible y que, a la par, puedan no hacerse cargo de las tareas administrativas que no suponen valor añadido para su negocio. Esas tareas se pueden realizar desde el fabricante o desde los distribuidores. ■




MÁS INFORMACIÓN



[Toda la información sobre el mercado de impresión](#)



[Cuál es la propuesta de Brother para el mercado de impresión](#)



El mercado de impresión ha experimentado una profunda transformación ayudando a las empresas en sus procesos de digitalización.

¡Descubra en nuestro



cómo está evolucionando un sector clave en la Transformación Digital!



Impresión Digital

Con la colaboración de:



brother



NO SOLO



PANEL DE EXPERTOS



EMPREDIMIENTO CONECTADO

Uso y ética de los datos recopilados en las empresas

Álvaro Valverde,
responsable de Estrategia en ENISA y docente en creación y gestión empresarial en Udima



TECNOLOGÍA Y NEGOCIO

La realidad del mito del monopolio de las Big Tech

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



MARKETING Y CONSUMO

Mejor un sandbox regulatorio para fortalecer las criptodivisas

José Manuel Navarro,
CMO MOMO Group



ENCUENTROS Y DESENCUENTOS CON LA COMUNICACIÓN

Storytelling en la era de la Internet del Comportamiento

Manuel López,
Asesor de comunicación

Uso y ética de los datos recopilados en las empresas

El término Macro Datos, o Big Data en inglés, se ha usado desde la década de los noventa, pero es a principios del siglo XXI cuando se popularizó y se planteó una primera definición por parte de la industria, atribuida a John Masley y Doug Laney.

Ambos plantean la definición como una cantidad de datos tal que supera la capacidad del software convencional para ser capturados, administrados y procesados. Se caracteriza esencialmente por las denominadas tres Vs: Volumen, Velocidad y Variedad. Y actualmente, en relación a la propia gestión de los datos, se han incorporado características como el aprendizaje automático y la huella digital.

Normalmente cuando se interactúa con las empresas hoy en día, y utilizando los diferentes dispositivos, móviles o no, se está dejando un rastro que se puede seguir. Ese rastro son bytes, megabytes, terabytes, etcétera, de datos que se deben guardar y que se pueden utilizar para mejorar los servicios, conocer más y mejor el mercado donde se trabaja y

conseguir la máxima calidad en todo lo que la empresa supone. Esto hace que convenientemente analizados se puedan determinar patrones y tendencias relacionados con el comportamiento e interacciones humanas. Este hecho es muy valioso porque así se va conociendo lo que cada persona hace.

Esto implica que las personas, a veces, serán clientes y siempre son proveedores de da-

tos para las empresas. Esta relación y disyuntiva es difícilmente separable porque la propia persona y su conducta como ser humano es lo que le distingue de los objetos inertes que apenas proporcionan atributos y mensajes. Así las personas son uno de los activos más valiosos que las empresas tienen.

Dicho lo cual, la cantidad ingente de datos de la que actualmente disponen las empre-



Álvaro Valverde

responsable de Estrategia en ENISA y docente en creación y gestión empresarial en Udima



Economista. Licenciado ADE, Master Auditoría de Cuentas y en Valoración de Empresas. Responsable de Estrategia en ENISA y Analista de Inversiones. Inquieto, curioso y digital. Humanista y creyente en las personas. Siempre se puede tener una segunda opción; la vida nos la da. Enamorado de mi gente querida y allegada; de los libros, la buena comida, una conversación y sobremesas largas.



sas de sus clientes, de sus productos y de su posición en el mercado y sector, hacen que la gestión de los mismos deba ser buena y eficiente. Estas características son necesarias para que el volumen y la velocidad con los que se generan, no entorpezcan su utilización y además no se vulnera la ley con un mal uso. Así mismo, existen importantes categorías de datos, de naturaleza muy variada y que deben tener procesos de gestión y utilización diferentes. Ante estos atributos se hace necesario que las empresas implementen sistemas de gestión de datos útiles y seguros para garantizar que se protegen de miradas curiosas y malintencionadas.

EL USO DE LOS DATOS

Teniendo en cuenta todo lo expuesto, se inicia un debate muy prolijo entre la doctrina de cuál debe ser el uso que se le dé a determinados datos, de cómo se debe respetar la ley para no vulnerarla y en definitiva, de cómo actuar con los datos. Se introduce así un concepto como la ética en el uso que, en principio, nada tiene que ver con la conceptualización de los datos.

“La necesidad de la ética de los datos del cliente viene de dos factores, el poder de mercado concentrado de unos pocos gigantes tecnológicos digitales que controlan cantidades masivas de datos de los consu-

midores y las preocupaciones fuertemente asentadas de los consumidores sobre cómo se usan sus datos y cómo se recolectan”. Estas son palabras de Mike McGuire, vicepresidente de Gartner, que demuestra cuán importante es hoy en día el debate ético y moral del uso de los datos. Y así las empresas deberán cuidar a sus clientes y ganarse la confianza de los consumidores; se tendrá que hablar mucho más de ética y datos y demostrar, de un modo transparente, su compromiso.

La persona debe tener un respeto escrupuloso a la privacidad de la realidad que muestran los datos y sus acciones, y los datos son de extremado valor ya que contienen direcciones, nombres, domicilios, pautas de comportamiento, es decir, prácticamente todo lo que los clientes de las empresas hacen y dicen. Y hoy en día las redes escuchan y ven “casi” todo. Antes estas situaciones debemos guardarlos, custodiarlos. Y las empresas deben respetar las buenas prácticas y sobre todo España debe acelerar el cumplimiento de normas de protección de datos. Esta situación se ve agravada por las necesidades constantes en las empresas de utilizar ética y moralmente los datos; y también guardar un escrupuloso respeto de la legislación en vigor. El problema empieza ahí, cuando quien

legisla ni siquiera cuenta con la normativa suficiente para actuar éticamente con los datos. Se sanciona a España porque el poder legislativo es incapaz de acelerar una Directiva Comunitaria que lleva esperando su trasposición más de dos años. Y el mal ejemplo cunde entre las empresas y ya se empiezan a ver sanciones por no proteger debidamente los datos de los clientes.

Ante esta situación, es muy importante saber qué tipos de datos recopilar, y de esos cuáles utilizar. Démonos cuenta de que los domicilios de la clientela, por ejemplo, determinan dónde operan, o al menos, establecen un rango inicial del territorio desde el cual operan. Eso es muy valioso para lanzar campañas de geomarketing. O si tenemos una naturaleza o tipología de clientes se pueden planificar campañas de captación optimizando el destinatario de la misma porque ya está cuasi identificado. Esto nos revela la importancia de los datos y su problemática de uso.

Finalmente, concluyamos expresando que la mayoría de las empresas aún no son conscientes de lo valiosos que son los datos que recopilan y están empezando a utilizarlos en sus estrategias de negocio de manera incipiente.

Y decir que ¡esto va a más y aquí estaremos para verlo! ■

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



MÁS INFORMACIÓN



[España podría tener que pagar 8,9 millones de euros por no trasponer una ley de protección de datos](#)



[Desvelar datos de su empresa le puede salir muy caro](#)



[Ranking de las mayores multas por privacidad](#)

La realidad del mito del monopolio de las Big Tech

¿Las compañías Big Tech compiten o dominan el mercado repartiéndoselo? Tanto en EEUU como en China se da una conjunción de factores que permitiría cualquier opinión. Otra cosa son los datos y su interpretación.

Por ejemplo, Scott Galloway en "The Four" y Tepper Hearn en "The Myth of Capitalism" defienden que Apple, Alphabet (Google, YouTube), Facebook, Amazon y Microsoft dominan el mercado norteamericano de Tecnologías de la Información y Digitalización. En China, de manera parecida, Kai-Fu Lee en "AI Superpowers" y Edward Tse en "China's disruptors", sostienen que Alibaba Group (Ant es el holding) y Tencent (WeChat, WeChat Pay...) dominan el mercado y se lo reparten.

Las autoridades, el legislador, el regulador, tanto en EEUU como en China, parecen estar de acuerdo con estos autores. China acaba de abrir expedientes "para el análisis de la competencia" a Tencent y a Ant (Alibaba), por entender que son un duopolio que, por

un lado, compiten y, por otro, colaboran con la única finalidad de impedir la entrada de nuevos jugadores en el mercado y, por tanto, "fijar los precios", habitualmente más elevados cuando hay poca competencia real.

Apple, Google, Facebook y Amazon tienen un problema similar a la de sus homólogos/competidores chinos. No se sabe si peor o

mejor. En China no hay democracia y, lo que decida el partido será lo que digan tribunales y otras autoridades. Hemos visto cómo el Estado/Partido/Gobierno/Competencia chinos han parado en seco la OPV o salida a bolsa de Ant (que hubiera sido la más grande en volumen en un lustro, con una valoración de mercado de 32.000 millones de dólares).



 Jorge Díaz-Cardiel

Socio director general de Advice Strategic Consultants

Economista, sociólogo, abogado, historiador, filósofo y periodista. Autor de más de veinte mil de artículos de economía y relaciones internacionales, ha publicado más de una veintena de libros, cinco sobre Digitalización. Ha sido director de Intel, Ipsos Public Affairs, Porter Novelli International, Brodeur Worldwide y Shandwick Consultants.



¿Por qué se paró esa salida a bolsa de una empresa que, al final y al cabo, depende del estado chino? Hoy ya lo sabemos, y por fuentes oficiales chinas: el nuevo culto a la personalidad (concepto acuñado primero por el comunismo soviético entre 1924 y 1953 en torno a la figura de Stalin y seguido por Mao Zedong en China entre 1949 y 1978) del actual premier chino, Xi Jinping, hacía incompatible el protagonismo de un empresario chino de éxito con estudios en Estados Unidos (Jack Ma) y la figura del presidente, secretario general y jefe de las fuerzas armadas chinas, que quiere el protagonismo para él. Durante un mes, Jack Ma estuvo desaparecido y, cuando se le ha vuelto a ver, su aspecto físico es el mismo de siempre, pero su carácter es más tímido y retraído; prudente.

Estados Unidos es una democracia desde 1783. El poder ejecutivo y el legislativo están en manos del partido demócrata, que se encuentra en un dilema difícil de resolver: "Big Tech" es el sector que más ha contribuido económicamente a la victoria electoral de los demócratas. Y no solo las empresas, sino sus empleados, que, en 2020, crearon un PAC (Political Action Committee) con 3,5 millones de miembros, que recaudaron (mucho) dinero para financiar la campaña demócrata, en las elecciones del pasado 3 de noviembre. Y no olvidemos que, en 2016, cuando se en-

frentaron Donald Trump y Hillary Clinton por la presidencia, 150 líderes empresariales de las compañías tecnológicas más importantes, apoyaron públicamente por carta a Hillary Clinton. Allí estaban demócratas como Tim Cook (Apple) y Jeff Bezos (Amazon), pero también, dos mujeres muy destacadas del sector TIC norteamericano que tienen mucho en común: Carly Fiorina y Meg Whitman: ambas, republicanas; ambas presidentas y CEO de la antigua Hewlett-Packard (hoy HP y HPE); las dos, candidatas conservadoras al poder legislativo de California (ambas perdieron); las dos, con larga trayectoria en el sector TIC: Fiorina en Lucent-Technologies y HP; y Whitman en Ebay y, tras su paso por HP, en Quibi.

Tres directivos TIC de máximo nivel se mantuvieron al margen del debate político en 2016 y 2020: Larry Ellison (Oracle), Peter Thiel (Paypal, Palantir) y Elon Musk (Tesla, SpaceX). En 2020, Tim Cook y Jeff Bezos no apoyaron a nadie, porque ambos, tras borrascosas relaciones con Donald Trump, acabaron haciéndose amigos y consejeros del expresidente.

Hace 4 décadas, Washington estaba lleno de lobistas de los sectores farmacéutico, tabaquero, aerolíneas, automóvil...; "estos" son hoy nada y menos que nada, comparados con lo que se gastan en lobby las em-

presas tecnológicas en Washington. 3.500 abogados-lobistas trabajan para estas empresas. Es un factor que tener en cuenta a efectos de lo sucedido en octubre de 2020, cuando los líderes de las empresas TIC comparecieron ante Cámara de Representantes, Senado, FTC (Federal Trade Commission) y demás autoridades que velan por la libre competencia.

Mark Zuckerberg (Facebook), Sundar Pichai (Alphabet-Google), Satya Nadela (Microsoft), Tim Cook (Apple), Jeff Bezos (Amazon) y Jack Dorsey (Twitter) comparecieron durante días ante los organismos oficiales para defenderse de acusaciones tales como: abuso de posición dominante; impedir la libre competencia, vetando la entrada al mercado de

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



pequeños y nuevos jugadores; violación de la privacidad de sus clientes, utilizando sus datos para hacer campañas de marketing y ofertas personalizadas; participación ilegal en las elecciones presidenciales de 2016 (Facebook, el escándalo de Cambridge Analytica) y competencia desleal con los medios de comunicación, entre otras muchas acusaciones. La última, la de la competencia desleal hacia los medios está de moda en todo el mundo: Francia le ha impuesto a Google ya varias sanciones billonarias, porque no paga a los editores franceses sus derechos de autor; Facebook, en Australia ha tenido el mismo problema, al que respondió con la suspensión de su servicio de noticias, movi-

miento que imitó Google. En cambio, Microsoft se posicionó de parte de los medios de comunicación -dijo Google- para promocionar su buscador, Bing.

Son solo algunos ejemplos. Que Amazon es líder en comercio electrónico, en e-commerce retail..., de todos es sabido. De hecho, tras liderar el comercio digital, ha saltado al retail físico, abriendo tiendas de casi todo lo que se puede vender: muebles, libros o alimentación fresca. Pero hay ámbitos donde los liderazgos dominantes dan miedo a la competencia y a los reguladores. Por ejemplo, en cloud computing y en Inteligencia Artificial, hay pocos jugadores dominantes: en cloud, Amazon, con Ama-

zon Web Services (AWS), Google Cloud y Microsoft Azure. Competir con ellos es muy duro y difícil. Que se lo digan a IBM, a pesar de haber comprado Red Hat para precisamente esto: competir en cloud con los tres grandes. El resultado, aún, deja mucho que desear para IBM.

Otro campo es la publicidad online, para Facebook 95% de sus ingresos y para Google 85% de su facturación. Teniendo en cuenta el volumen de negocio de estas empresas, es fácilmente deducible que al resto de jugadores les quedan las migajas de la publicidad, incluidos los medios de comunicación. La inteligencia artificial la dominan Apple (Siri), Amazon (Alexa), Microsoft (Cortana), Salesforce (Einstein) e IBM (Watson). El resto de jugadores, como diría un es director de la CIA "son meros turistas".

¿Y qué decir de la televisión en streaming? Jugadores hay muchos, pero solo tres se llevan la parte del león en número de suscriptores: por este orden, Netflix, Amazon Prime Video y Disney+. Detrás, están AppleTV+, HBO, Peacock y muchos más, casi irrelevantes. En algunos países hay empresas que actúan como agregadores de contenidos: es el caso de Movistar+ en España, que además de contenidos de otras plataformas digitales y los suyos propios, "aloja" a otras plataformas, como Netflix y Disney+.

Hay ámbitos donde los liderazgos dominantes dan miedo a la competencia y a los reguladores, como, por ejemplo, en cloud computing y en Inteligencia Artificial, donde hay pocos jugadores dominantes



A todas estas empresas les interesa, además, colaborar de manera que no parece intencionada, pero que es causal o correlativa: la demanda de iPhones de Apple, también está motivada por el deseo de los consumidores de utilizar el "search engine" de Google y su correo electrónico, Gmail, por no hablar de las redes sociales (Facebook, Twitter, Twitch, Tik Tok, Instagram...), por no hablar de los servicios de mensajería instantánea. Cuando Amazon provee de servicios baratos de cloud computing, esto se traduce en una mayor venta de aplicaciones de Apple's App Store. Amazon es el principal anunciante de Google. Y Microsoft vende licencias de Android para su teléfono inteligente Surface Duo.

La realidad es que no hay una respuesta nítidamente clara a si las empresas tecnológicas compiten sólo, colaboran sólo o hacen ambas cosas, sólo. Si continuásemos con más ejemplos, como los de más arriba, llegaríamos a la conclusión de que hacen las tres cosas en abundancia. Y, ni legislador, ni regulador, ni autoridad de la competencia van a poder solucionar el problema, porque es extremadamente complejo. Si no lo hizo en épocas más fáciles, menos aún ahora.

Me estoy refiriendo a la ley antimonopolio Sherman de 1890, que hizo el legislador americano tras la segunda revolución in-

dustrial y la llamada "Guilded Age" del capitalismo norteamericano, cuando monopolios, duopolios y oligopolios eran lo habitual, fuera en el petróleo o en la fabricación de automóviles. Esa ley, que sigue vigente, no pudo romper a IBM en 1983, cuando dominaba la computación, ni a Microsoft entre los años 1992 y 2002, cuando la compañía de Bill Gates tenía absoluto dominio de los sistemas operativos (Windows) y, el motivo para "romperla" fue que al considerar Microsoft que su browser, Explorer, era una característica más del sistema operativo Windows y, por tanto, no se podía separar, la conclusión es que Explorer acababa embebido en todos los ordenadores de HP, Lenovo, Acer, Dell... y los competidores de Explorer, como Netscape y Altavista, acabaron por desaparecer con un "sayonara, baby" (=en japonés, "hasta luego, Lucas").

De los 189 procesos legales antimonopolio abiertos en EEUU entre 1890 y 2020, utilizando la Ley Sherman, solo uno salió adelante en el sector de las Tecnologías de la Información. Se trató de AT&T, dividida por jueces y legisladores en las llamadas "Baby Bells", siete compañías que cubrían un territorio geográfico. ¿Por qué salió adelante aquel proceso antitrust? Porque AT&T fue un monopolio estatal y en la época de Ronald Reagan aquello era anatema.



En estadística hay una norma no escrita que siempre se cumple: "el porcentaje mayor gana al porcentaje menor". Dado el historial de éxito de los procesos antimonopolio contra empresas tecnológicas (un caso positivo, AT&T, versus 188 que quedaron en nada), no es descabellado pensar que, al menos en Estados Unidos, el statu quo de las empresas tecnológicas se quede como está. ■



MÁS INFORMACIÓN



[The Four: The Hidden DNA of Amazon, Apple, Facebook, and Google](#)



[The Myth of Capitalism: Monopolies and the Death of Competition](#)



[AI Superpowers: China, Silicon Valley, and the New World Order](#)



[China's Disruptors](#)

Dado el historial de éxito de los procesos antimonopolio contra empresas tecnológicas, no es descabellado pensar que, al menos en Estados Unidos, el statu quo de las empresas tecnológicas se quede como está



¿Cuál es el futuro del mercado de almacenamiento?
¿Qué tecnologías son las más adecuadas para las empresas?



Descubra las últimas tendencias en el



Almacenamiento **it**

Con la colaboración de:



Mejor un sandbox regulatorio para fortalecer las criptodivisas

Las recientes fluctuaciones del valor del bitcoin como respuesta a las noticias aparecidas en medios acerca de la predisposición de grandes empresas a usar esta criptomoneda para sus transacciones comerciales o para vender fondos de inversión, han puesto de manifiesto dos cuestiones clave: la primera, la fuerte volatilidad del bitcoin como activo que puede terminar convirtiéndose en refugio para avezados y grandes inversores y, la segunda, las crecientes reticencias por parte de los bancos centrales a que pueda constituirse en instrumento de pago o de intercambio económico.

El espíritu con el que nacieron las criptomonedas como alternativa al sistema monetario convencional, regulado e intermediado por los bancos centrales, tuvo sentido como aspiracional de una parte del mercado que quería jugar con unas reglas diferentes a las impuestas, aprovechando que la tecnología blockchain les facilitaba un entorno altamente seguro, desintermediado y anónimo, pero ha evolucionado a un modelo que

sigue las mismas reglas que el mercado bursátil y, sobre todo, se afianza sobre criterios especulativos basados en la interpretación que hacen sus algoritmos frente a las fobias y filias de sus propietarios ante los movimientos de grandes empresas e inversores.

En este convulso contexto surgen las "stablecoins" (o monedas estables) asociándose al valor de monedas "fiat" (respal-

dadas por el gobierno o autoridad monetaria emisora) para evitar la volatilidad que sufren las pioneras por su marcada dependencia de los flujos de compra/venta y la escasez de garantías y respaldo financiero real. Las "stablecoins" se configuran como "tokens" que son emitidos por empresas privadas que aseguran contar con el capital suficiente para garantizar el dinero en cir-



José Manuel Navarro

CMO MOMO Group



José Manuel Navarro Llena es experto en Marketing. Durante más de treinta años ha dedicado su vida profesional al sector financiero donde ha desempeñado funciones como técnico de procesos y, fundamentalmente, como directivo de las áreas de publicidad, imagen corporativa, calidad y marketing. Desde hace diez años, basándose en su formación como biólogo, ha investigado en la disciplina del neuromarketing aplicado, lo que le ha permitido dirigir, coordinar e impartir formación en diferentes masters de neuromarketing en escuelas privadas y en universidades públicas. Es Socio fundador de la agencia de viajes alternativos [Otros Caminos](#), y de la entidad de dinero electrónico con licencia bancaria otorgada por el Banco de España [SEFIDE EDE](#) de la que en la actualidad es director de Marketing. Autor de "El Principito y la Gestión Empresarial" y "The Marketing, stupid", además de colaborador semanal desde 2006 en el suplemento de economía Expectativas del diario Ideal (Grupo Vocento).

culación, pero la sombra de dudas razonables sobre su cobertura total ha hecho que los bancos centrales manifiesten una gran preocupación por su auge. A mismo tiempo, recomiendan a sus gobiernos emitir o planificar la emisión de sus propias criptodivisas, como algunos de ellos ya han hecho con diferente resultado (Venezuela, Dubai, Senegal) y otros (China, Japón, Suecia, Estonia, Israel...) planifican una estrategia favorable que les permita equiparar en sencillez los flujos comerciales en "stablecoins" a los de las monedas legales, sin que ello les afecte a sus balanzas comerciales en relación con las divisas hegemónicas en las transacciones de exportación e importación.

Mientras que se realizan estos movimientos, el BCE da un paso más y avanza en las directivas que regularán el lanzamiento de "stablecoins" condicionándolo a requisitos de capital y liquidez, sometiendo a sus emisores a pruebas de estrés y a una exhaustiva vigilancia para que no escapen al control de los mecanismos de prevención de blanqueo de capitales ([sexta directiva europea AMLD6](#)), y para que no influyan sobre la inflación ni pongan en riesgo la seguridad de los sistemas de pagos electrónicos. Con ello, el BCE trata de proteger la estabilidad del mercado y a los usuarios, quienes en el sistema bancario están protegidos por los

[fondos de garantía de depósitos](#) (al menos hasta 100.000€ por titular en las entidades de crédito y el 100% del saldo en las entidades de dinero electrónico) mientras que en el de las criptodivisas están expuestos al quebranto total debido a posibles estafas, hackeos o pérdida de las claves. Ser custodios de sus propios activos y no existir garantías que respalden la inversión es un riesgo asumido, pero al que no se le está dando la suficiente trascendencia.

En el caso de España, según el informe anual de banca móvil realizado por ING, una décima parte de los españoles ha invertido en criptomonedas, un 32% espera hacerlo en los próximos meses y el 38% cree que será el medio de pago de un futuro inmediato. Este comportamiento es similar al que está sucediendo en los países latinoamericanos, aunque aquí se usa como alternativa a su deteriorado sistema económico, aquejado de recurrentes períodos de inflación alcista. Ello es indicativo de que los ciudadanos prefieren confiar más en las criptodivisas como valor refugio que en su propio sistema monetario o en otros activos regulados, caracterizados por su baja rentabilidad, aunque posiblemente el 90% de sus titulares no pasarían el Test de Idoneidad y Conveniencia (MIFID) si trataran de realizar ese tipo de inversión en una entidad financiera.

Bitcoin y Ethereum, por ejemplo, están protagonizando en las últimas semanas tendencias alcistas que podrían justificar su aparente fortaleza, ya que las caídas que han sufrido por los comentarios de algunos personajes de relevancia, como Bill Gates o Janet Yellen, han sido compensadas por las recuperaciones impulsadas por otros como Elon Musk. Y tampoco parecen verse afectadas por las voces que las acusan de provocar un excesivo consumo energético durante los procesos de minería. Frente a este panorama optimista empiezan a surgir dudas sobre su futuro en la medida que



CRECE EL VALOR GLOBAL DEL ROBO DE CRIPTOMONEDAS

se las obligue a someterse a una progresiva regulación y a que los bancos centrales aceleren la emisión de criptodivisas soberanas (CBDC). Algo en lo que parece estar de acuerdo el 86% de ellos, al menos en cuanto a explorar y experimentar esa opción (tal como refleja la encuesta recogida en [el reciente informe del BIS](#)).

Las autoridades monetarias tienen el reto de, sin forzar el mercado, intentar la armonización entre las diferentes versiones sobre el dinero: las stablecoins y las criptodivisas emitidas de forma privada, el legal (sea físico o electrónico) y, ahora, las CBDC (Central Bank Digital Currencies). Plantearlo desde el punto de vista de competencia entre ellas sería un error en la medida que el poder legislativo está de parte de los organismos reguladores y pueden generarse tensiones al limitar la evolución natural e innovadora que se espera suceda. Otra cuestión es crear un marco regulador común (transparente e interoperable) para que los usuarios puedan decidir qué moneda utilizar cuando quieran hacer una inversión de alto riesgo o deseen usarla como medio de pago seguro. En todo ello tendrá un papel crucial su desarrollo en blockchain, que también permitirá mejorar los sistemas de identificación y autenticación personal con

un estándar único y universal ([SSI o Auto-Identidad Soberana](#)) que evite fraudes o pérdida de claves y simplifique el proceso de verificación de identidad para todos los entornos operativos.

En torno a un 60% de los bancos centrales ya están haciendo pruebas de concepto para definir el alcance de un lanzamiento de CBDC en su ámbito doméstico y, sobre todo, en el externo, donde deberán tener en cuenta las diferencias transfronterizas entre economías y sus distintos niveles de digitalización. Pero quizá el principal escollo que tendrán que superar es cómo mantener la estabilidad del sistema financiero para que puedan convivir una criptodivisa soberana (valor contra un derecho del banco central) y una moneda legal (valor soportado por el pasivo de un banco privado) en un sistema interbancario no diseñado para ello y en el que están empujando con fuerza las grandes tecnológicas en su intención de convertirse en intermediarios financieros paralelos, a partir de la gestión de sus enormes bases de datos y de sus capacidades transaccionales de pagos digitales.

Quizá, como se recomienda en el informe publicado por el [Comité ECON](#) de la Comisión Europea, lo más eficaz sería crear un sandbox regulatorio en el que participen bancos centrales, privados y Fintech, pero



en el que también deberían estar las empresas emisoras de criptomonedas y las Bigtech, para alcanzar una mejor comprensión del esquema tecnológico, de seguridad, transparencia, prevención de riesgos (fraude, blanqueo, liquidez...), de especialización en la finalidad de cada moneda (como inversión o medio de pago) y para proveer a los ciudadanos de herramientas sencillas y útiles para organizar sus finanzas y decidir con criterio cuál de las soluciones prefieren usar en cada transacción. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Sexta directiva europea AMLD6](#)



[Fondos de garantía de depósitos](#)



[Tercer sondeo BIS sobre monedas digitales de los bancos centrales](#)



[Auto-Identidad Soberana](#)



[Regulación Sandboxes y hubs de innovación para Fintech, Comité ECON](#)

Las autoridades monetarias tienen el reto de, sin forzar el mercado, intentar la armonización entre las diferentes versiones sobre el dinero: las stablecoins y las criptodivisas emitidas de forma privada, el legal (sea físico o electrónico) y, ahora, las CBDC (Central Bank Digital Currencies)



Digital Security



Todo lo que necesitas saber de Ciberseguridad está a un clic

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!!!

Storytelling en la era de la Internet del Comportamiento

¿Como llegar a nuestro cliente objetivo en un mundo hiperconectado y con un exceso de ruido comunicativo realmente preocupante?

Con esta pregunta me levanté un día, que para más inri era un frío y gris día de invierno. La pregunta estuvo todo el día rondando mi cabeza. No es que fuera una pregunta que me hubiera hecho un amigo o enemigo, conocido o desconocido, cliente o proveedor. Simplemente nació en mi diálogo interior y siguió campando por sus respetos dentro de mi mente o, mejor dicho, dentro de mi castillo interior.

Hoy le abro la puerta de mi castillo para que salga y de forma misteriosa me lleva a buscar la respuesta en una de las diez tendencias estratégicas de 2021 que Gartner anunció recientemente: "Internet of Behaviours".

"Internet of Behaviours" o "Internet del Comportamiento" podría explicarse como



Manuel López

Asesor de Comunicación



Madriileño de nacimiento, horchano de adopción, informático de profesión, con más de 35 años de experiencia en el sector de TI, ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional en Hewlett-Packard, donde ocupó cargos de responsabilidad en diferentes áreas como consultoría, desarrollo de negocio, marketing, comunicación corporativa o PR. Actualmente dedica la mayor parte de su tiempo a asesorar a startups en temas relativos a la comunicación, desde su posición de partner en la plataforma de profesionales goXnext.

el uso de la información que puede gestionar una organización (datos de clientes, redes sociales, datos estadísticos públicos o privados, rastreos de ubicación, rastreos de navegación...) para cambiar los comportamientos de las personas. Solamente con esta definición ya se intuye que se puede usar tanto para el bien como para el mal. Con la proliferación de 5G y la explosión de IoT, la loB llegará a un desarrollo imprevisible.

No quiero meterme en camisas de once varas y ponerme aquí a elucubrar sobre cómo utilizar la loB para tener un encuentro o un desencuentro con la comunicación. Solamente quiero continuar mi historia para llegar a una conclusión: para llegar a nuestro cliente objetivo hay que contar historias, dicho de modo más 'cool', hay que usar el "storytelling".

Cuando el ser humano llega a su límite, suele volver al principio y de alguna forma eso es el "storytelling". Como muy bien explica Harari en su libro "Sapiens: de animales a Dioses", el Sapiens no llegó a dominar la Tierra por su fortaleza o superioridad, sino porque fue capaz de reunir a cientos de individuos alrededor de historias y hacer que colaboraran para conseguir los objetivos (cazar, defenderse, atacar...)

Por eso ahora que en comunicación parece que está todo inventado y cada vez es más difícil atraer la atención de unos consumidores, bombardeados hasta la saciedad con todo tipo de noticias, mensajes, anuncios... volvemos a nuestros inicios y nos ponemos a contar historias. Le damos un nombre pomposo como "stroytelling" y ya tenemos un nuevo entretenimiento.

Y como a mí me gusta buscar respuestas entre mis genios de referencia, voy a Leonardo da Vinci y le pregunto: ¿Cómo puedo aprender "storytelling"? Leonardo me contesta: no sé lo que es eso, pero si quieres te explico cómo hacer un mapa mental de tu vida en 7 días.

Es sencillo:

Primer día: *Dibuja tus sueños*

Segundo día: *Explora tus metas*

Tercer día: *Aclara tus valores esenciales*

Cuarto día: *Reflexiona sobre tu propósito*

Quinto día: *Valora la realidad actual*

Sexto día: *En busca de conexiones*

Séptimo día: *Traza una estrategia para cambiar.*

Ésta es la recomendación de Michael J. Gelb en su libro "Pensar como Leonardo Da Vinci" para emplear los principios del pensamiento de Leonardo, cuando quie-

ras realizar cambios en tu vida. A mí me parecen especialmente adecuados a la preparación del "storytelling" para comunicar con nuestros clientes objetivo en un mundo como el actual, donde como ya he dicho es tan difícil separar el grano de la paja y encontrar una aguja (mensaje, valor) en un pajar (mundo digital actual).

Cierro con una pequeña reflexión, hablando de comunicación y "storytelling", ¿vaso medio vacío o medio lleno?

No hay que ver el vaso ni medio vacío, ni medio lleno, sino con suficiente espacio para añadirle la historia que nos permita llegar a nuestros clientes.

Hasta aquí el cuento. La realidad es que hoy más que nunca necesitamos comunicar a través de las historias para llegar a nuestros clientes. Cada acción de comunicación debe obligatoriamente contar una historia, pero una historia que transmita un mensaje, ya sea la calidad de nuestro producto, la innovación de nuestra marca o los beneficios a conseguir. Si lo conseguimos tendremos un encuentro beneficioso con la comunicación, si no... no saldremos del ruido y nadie recibirá nuestro mensaje.

Y en esto es en lo que estamos: Encuentros con la comunicación, para evitar desencuentros y frustraciones con la comunicación. ■

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



MÁS INFORMACIÓN



[Es difícil escucharse entre tanto ruido, Eva Keifenheim, Medium](#)



[Cómo usar el storytelling en tu startup, Paul Alex Gray, Medium](#)



[Liderazgo y storytelling, andy Raskin, Medium](#)



[Doce técnicas de storytelling para potenciar tu discurso, Dave Bailey, Medium](#)



[Pensar como Leonardo da Vinci, Michel J. Gelb](#)



User
TECH & BUSINESS

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

