it Reseller
TECH&CONSULTING

nº 52
ENERO 2020

Tendencias en ciberseguridad para 2020, a debate

La importancia del software contable y de facturación

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

2020, ¿el año de la digitalización?

EDITORIAL

it Reseller TECH&CONSULTING

Director Pablo García Reales
pablo.garcia@itdmgroup.es

Redacción y colaboradores Hilda Gómez, Arantxa Herranz, Reyes Alonso, Ricardo Gómez, Eva Herrero

Diseño revistas digitales Favorit Comunicación

Producción audiovisual Alberto Varet

Fotografía Ania Lewandowska

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

Director de Operaciones
Ángel Porras angel.porras@itdmgroup.es

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

El ecosistema tecnológico español prosigue su consolidación

El pasado mes de diciembre ha sido especialmente intenso por el importante número de operaciones que se ha producido con relación a la compra e integración de compañías. El ecosistema tecnológico español prosigue su consolidación y, según apuntan los expertos, 2020 será un año especialmente prolijo en la materia.

Sin duda, el movimiento que más ha impactado en el mercado ha sido la compra de IECISA por parte de GFI. Aunque no se ha desvelado la cantidad abonada, el montante se estima en más 300 millones de euros. El grupo tecnológico resultante contará con una plantilla de más de 23.000 personas y una cifra de negocio superior a los 2.300 millones de euros. La intención de El Corte Inglés era haber cerrado la venta el pasado mes de agosto, para que ésta fuera efectiva este mes de septiembre, una hoja de ruta que no se ha cumplido debido a las bajas ofertas que recibió por IECISA.

Otra de las operaciones previamente anunciadas tenía que ver con el futuro de BT en el mercado español. Finalmente la firma británica ha alcanzado un acuerdo para la venta a Portobello Capital de su negocio español de servicios TIC gestionados, incluida su infraestructura de red doméstica. BT mantendrá su presencia en España con oficinas en Madrid y Barcelona, puntos de acceso para conectarse a su red global y su centro de operaciones de ciberseguridad.

También cabe destacar la adquisición del 75% de Vector ITC por parte de Softtek, que con esta operación se consolida como un importante proveedor de soluciones digitales con fuerte presencia en Europa, América Latina y Estados Unidos. La nueva firma incorpora a partir de ahora las significativas fortalezas de la empresa española en los sectores de banca, retail y turismo.

¿Alguien se atreve a hacer quinielas para 2020? El proceso continúa. ■

Pablo García Reales

SUMARIO

Enero 2020

it Reseller TECH&CONSULTING

EN PORTADA

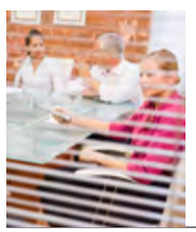
DEBATE

Tendencias en ciberseguridad para 2020, a debate

REPORTAJE

La importancia del software contable y de facturación

TENDENCIAS



Los fabricantes más comprometidos con el canal en EMEA

Las empresas de consultoría informática crecerán un 6% en 2019

Crecen las fugas de datos y el ransomware en España

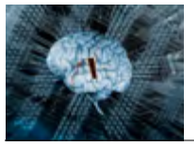
ANUNCIANTES

F5
SONICWALL
ESPRINET
DMI
INGRAM MICRO
CHARMEX
ARROW
IREO
BEYONDTRUST
IT WHITEPAPERS
ENCUENTROS IT TRENDS
TECNOLOGÍA Y EMPRESA
IMPRESIÓN
ALMACENAMIENTO
IT DIGITAL SECURITY
IT USER

REVISTAS DIGITALES

ACTUALIDAD

Lenovo y su gran apuesta por el canal



Intel progresa en Inteligencia Artificial

Veeam lanza un programa mejorado para partners de servicios

SonicWall refuerza su apuesta por los socios de seguridad gestionada

Ingram Micro vuelve a ser reconocido por Microsoft Azure

Tech Data finaliza la compra de Inflow

GTI se considera el mejor mayorista cloud en España

NO SOLO it

RSC

Tiempo de reflexión

MIGRATE.
BUILD.
DEPLOY.
ANYWHERE.

f5.com/multicloud

Lenovo y su gran apuesta por el canal

El PC sigue siendo el principal negocio de Lenovo en la región de Iberia, alcanzando una cuota del 41% en los segmentos corporativos, y un 27% en consumo. El objetivo de Lenovo es liderar la era de la transformación inteligente y para ello apuesta por las alianzas, tanto con el canal como con los clientes.

Lenovo cierra 2019 siendo número uno mundial y número dos en EMEA en la venta de PC, mientras que en Iberia uno de cada tres PC vendidos es un Lenovo. La compañía destaca especialmente en el segmento corporativo, donde roza el 40% de mercado, mientras que en el área de consumo su participación es del 23%. Por su parte, las ventas de su línea de negocio de smartphones tienen un crecimiento del 24%.

Los resultados de Lenovo en lo que a venta de PC y dispositivos inteligentes siguen siendo fuertes y robustos en toda EMEA, superando los cosechados en el año anterior. Como dato curioso, desde 2005 hasta la fecha, se han vendido a nivel mundial 125 millones de ordenadores ThinkPad.

Estos buenos resultados también se replican en la región de Iberia, donde el liderazgo de la compañía se mantiene en los segmentos más corporativos, alcanzando el 41%, así como en consumo, con un 27%. Por su parte, en el negocio de la pequeña y la mediana empresa, uno de cada tres ordenadores que se vende es Lenovo.

"Tenemos el catálogo más amplio y nuestra posición en el mercado es única, por los buenos resultados empresariales que tenemos, por ser un proveedor 360 de las necesidades del cliente al que hacemos llegar nuestros productos a través del mejor canal", asegura Alberto Ruano, director general de Lenovo en

Lenovo Services

Lenovo ha anunciado la ampliación de Lenovo Services, un completo servicio de soporte diseñado para ofrecer una cobertura total a los activos TI de las empresas, durante todo el ciclo de vida de los mismos. Esta cartera de servicios se apoya en 5 pilares fundamentales: Factory Services, Implementación, Servicios de garantía, Protección y Premier Support, cada uno de los cuales ofrece un soporte avanzado durante toda la vida de los dispositivos.

Iberia. Y es que el 96% de las ventas que realiza Lenovo en España las lleva a cabo a través de sus socios de canal. Por eso, la compañía cuenta con más de 7.000 partners activos.

LA IMPORTANCIA DEL CENTRO DE DATOS

La división Lenovo Data Center Group también sigue mostrando una fuerte salud financiera. En este último año, por ejemplo, el crecimiento y beneficio han aumentado un 13%, en comparación con el año anterior. Además, los productos de Lenovo son líderes en fiabilidad de rendimiento entre los clientes de supercomputación por sexto año. Según una encuesta realizada a CxO, los servidores Lenovo consiguen un ratio de cinco 9 (99,999%) en el índice de fiabilidad. No es de extrañar, por tanto, que de los 500 superordenadores que hay en el mundo, 170 sean marca Lenovo. Además, el área de Infraestructura Hiperconvergente (HCI) ha crecido un 33%, mientras que la de almacenamiento ha mejorado sus resultados un 69% año sobre año a nivel mundial.

Por su parte, los resultados de Lenovo en smartphones durante este 2019 también han sido positivos, con la división Motorola registrando cinco trimestres consecutivos de beneficios. Los planes en España pasan por acometer una inversión de doble dígito durante los dos próximos años para apostar tanto por B2B como por el canal online, y llegar a nuevos acuerdos con las operadoras. Para ello, Lenovo apuesta por tener en el catálogo soluciones para todo tipo de clientes: desde nivel de entrada a Premium. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Los nuevos portátiles ThinkBook de Lenovo aterrizan con novedades en materia de diseño y seguridad
- Rafael Herranz dirigirá la unidad de data center de Lenovo en Iberia
- Alberto Ruano: "Escuchamos lo que dicen nuestros clientes"

it whitepapers

INTELIGENCIA ARTIFICIAL: luces y sombras de la tendencia tecnológica de mayor impacto en la economía y la sociedad

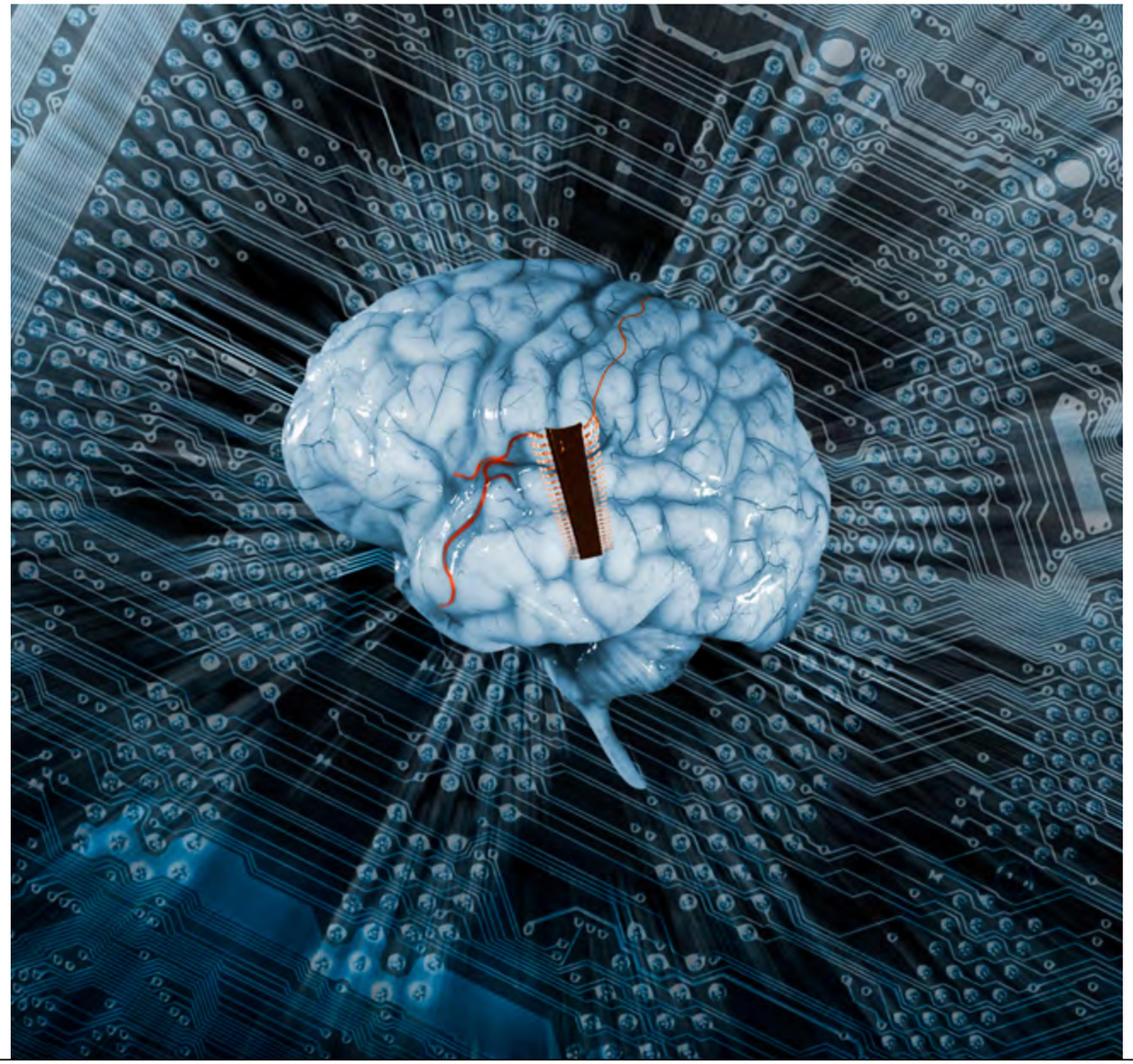
La Inteligencia Artificial es una de las tendencias de más claro desarrollo en el presente, pero, sobre todo, en el futuro. Se trata de uno de los elementos tecnológicos más revolucionarios del panorama TIC, y si implementación se irá produciendo, paulatinamente, en diversos sectores, que se espera se vean transformados de forma radical.

Intel adquiere Habana Labs, fabricante de chips de IA

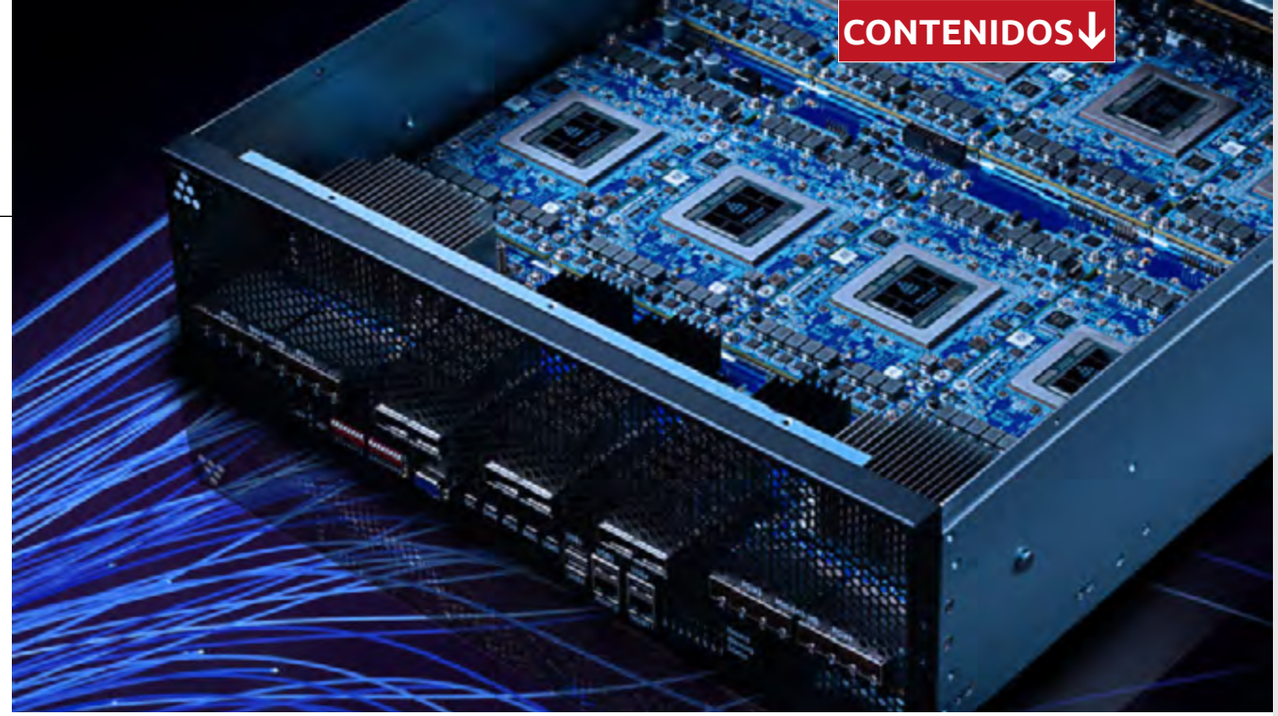
La compra de esta compañía israelí refuerza la oferta de inteligencia artificial de Intel para el centro de datos con una familia de procesadores de alto rendimiento y un entorno de programación basado en estándares para abordar las cargas de trabajo de IA en evolución. Habana seguirá siendo una unidad de negocio independiente.

Intel Corporation ha anunciado la adquisición de Habana Labs, un desarrollador israelí de aceleradores de aprendizaje profundo programables para el centro de datos. La compra, valorada en unos 2.000 millones de dólares, fortalece la cartera de inteligencia artificial (IA) de Intel y acelera sus esfuerzos en el incipiente mercado de silicio IA de rápido crecimiento, que Intel espera que supere los 25.000 millones de dólares para 2024.

"Esta adquisición impulsa nuestra estrategia de inteligencia artificial, que consiste en proporcionar a los clientes soluciones para satisfacer todas las necesidades de rendimiento, desde el borde inteligente hasta el centro de datos", señala Navin Shenoy, vicepresidente ejecutivo y director general del Grupo de Plataformas de Datos de Intel. "Más específicamente, Habana recarga nuestras ofertas de inteligencia artificial para el centro de datos con una familia de pro-



¿Te ha gustado este reportaje?
Compártelo en redes



cesadores de entrenamiento de alto rendimiento y un entorno de programación basado en estándares para abordar las cargas de trabajo de IA en evolución".

VISIÓN SOBRE EL IA

La estrategia de IA de Intel se basa en la creencia de que aprovechar el poder de la inteligencia artificial para mejorar los resultados comerciales, requiere una amplia combinación de tecnología, hardware y software, y un soporte total del ecosistema. Juntos, Intel y Habana pueden acelerar la entrega de productos innovadores de inteligencia artificial para el centro de datos, atendiendo las necesidades cambiantes de los clientes.

"Sabemos que los clientes buscan facilidad de programación con soluciones de inteligencia artificial especialmente diseñadas, así como un rendimiento superior y escalable en una amplia variedad de cargas de trabajo y topologías de redes neuronales. Es por eso que estamos encantados de tener un equipo de inteligencia artificial del calibre de Habana con un historial comprobado de ejecución uniéndose a Intel. Nuestra propiedad intelectual combinada y nuestra experiencia ofrecerán un rendimiento informático y una eficiencia inigualables para las cargas de trabajo de IA en el centro de datos", añade Shenoy. ■

Rol de Habana

Habana seguirá operando en Israel como una unidad de negocio independiente y continuará siendo liderada por su equipo directivo actual. Habana informará al Grupo de Plataformas de Datos de Intel, hogar de la amplia cartera de tecnologías de inteligencia artificial de centro de datos de Intel. Esta combinación le da a Habana acceso a las capacidades de inteligencia artificial de Intel, que incluyen recursos significativos construidos en los últimos tres años con una gran experiencia en software, algoritmos e investigación de inteligencia artificial que ayudarán a Habana a escalar.

MÁS INFORMACIÓN

- La inteligencia artificial será la tecnología más importante de la próxima década
- Las futuras GPUs de Intel podrían revolucionar el mercado tecnológico
- Intel dejará de suministrar CPU escalables Xeon con integración Omni-Path

it whitepapers

DIGITAL SIGNAGE, UNA OPORTUNIDAD PARA EL CANAL

Los avances en la tecnología hacen que productos como la cartelería digital ofrezcan cada vez más opciones a la hora de su desarrollo e implantación en el sector retail. Omnicanalidad, inteligencia artificial y realidad aumentada y virtual, son algunas de las algunas de las tendencias en digital signage para este mercado, según IDC. ¿Qué negocio puede generar el canal en este segmento? ¿Qué papel juega el mayorista?

SONICWALL CLOUD APP SECURITY

VISIBILIDAD

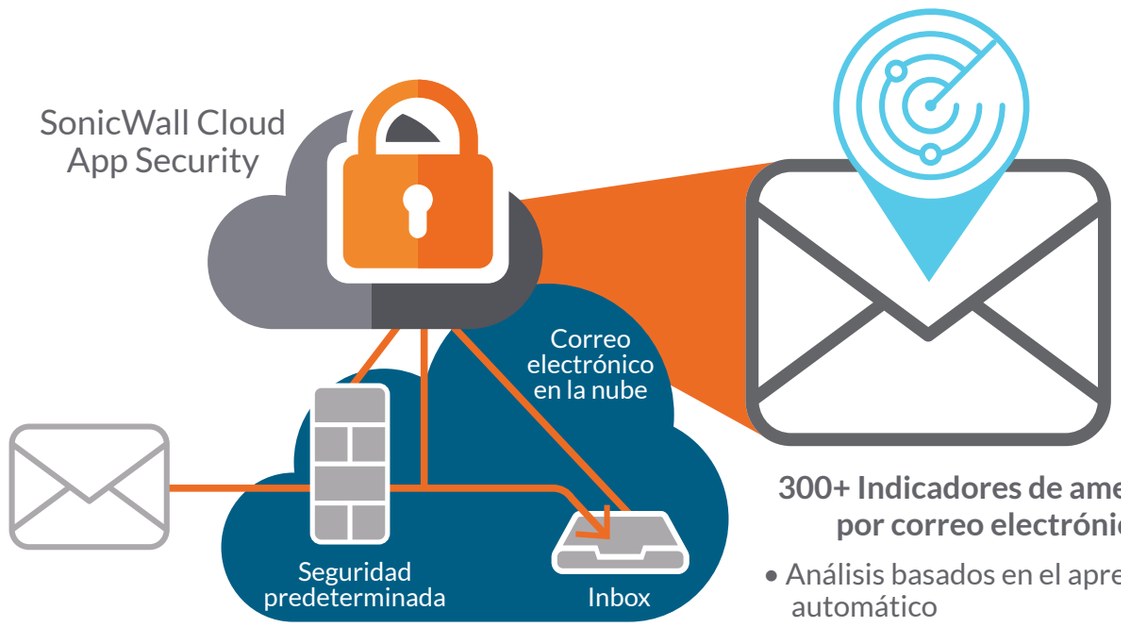
SEGURIDAD DE E-MAIL DE PRÓXIMA GENERACIÓN

PROTECCIÓN CONTRA AMENAZAS

SEGURIDAD DE DATOS

CUMPLIMIENTO NORMATIVO

SEGURIDAD DE CORREO ELECTRÓNICO DE PRÓXIMA GENERACIÓN PARA OFFICE 365 Y G SUITE



300+ Indicadores de amenazas por correo electrónico

- Análisis basados en el aprendizaje automático
- Lenguaje y análisis del contenido
- Sandboxing de Capture ATP
- Protección de URL "Time-of-click"

- Total integración con Office 365 o G Suite
- Control total del buzón de correo – entrante, saliente e interno

EL CORREO ELECTRÓNICO ES EL VECTOR DE AMENAZAS Nº1: MÁS DEL 90% DE LOS ATAQUES CIBERNÉTICOS COMIENZAN CON UN E-MAIL DE PHISHING

--VERIZON DBIR 2018

Ahora que el correo electrónico se está convirtiendo en la aplicación SaaS más utilizada, proporcionar protección antiphishing y de correo electrónico resulta clave para la seguridad de las soluciones SaaS.

SonicWall Cloud App Security ofrece protección virtual inline para detener los e-mails maliciosos no detectados por la solución de seguridad estándar de los proveedores de servicios en la nube, impidiendo que lleguen a su bandeja de entrada.

Infórmate en: **SonicWall.com/CASB**

SONICWALL® spain@sonicwall.com - www.sonicwall.com - 935 480 400

Veeam lanza un programa mejorado para partners de servicios

El programa Veeam Accredited Services Partner pone en manos de los partners las herramientas adecuadas para diferenciar sus ofertas de servicio, incluidas nuevas oportunidades de negocio y de ingresos, recursos que capacitan a los equipos de ventas y formación continua, junto con un programa de beta testing.

Dado que las implementaciones de productos son cada vez más sofisticadas, Veeam reconoce la demanda creciente de los clientes para identificar partners, integradores de sistemas o consultores que sean capaces de prestar servicios profesionales de calidad y llevar a cabo la implementación técnica de sus soluciones Veeam. Para mejorar la satisfacción de los clientes, Veeam Software ha presentado su programa Veeam Accredited Services Partner (VASP), diseñado para reforzar las prestaciones de sus partners a la hora de vender, implementar y dar soporte a las soluciones de Veeam.

El nuevo programa reestructura el departamento de servicios profesionales de Veeam a un modelo alineado con el canal, que dedica recursos internos exclusivos para los miembros VASP. El programa mejorado VASP habilita a los partners de Veeam para ofrecer un modelo de prestación de servicio a los clientes e impulsar su éxito. Entre los beneficios que ofrece a sus miembros se incluye la creación de nuevas oportunidades de negocio y de ingresos para los partners de servicios; recursos que capacitan a los equipos de ventas a conseguir oportunidades de mayor volumen y más complejas; mejora de la capacidad y habilidades en la prestación de servicios; aceleración del Time-to-Value (TtV) del cliente con una integración más profunda; y formación continua basada en las funcionalidades y servicios de Veeam,

Danny Allan, vicepresidente de estrategia de producto de Veeam

El nuevo programa reestructura el departamento de **servicios profesionales** de Veeam a un modelo alineado con el canal, que dedica **recursos internos** exclusivos **para los miembros VASP**

junto con un programa de beta testing para las nuevas funciones.

ACCESO PLENO

Los miembros VASP tendrán acceso a la IP de servicios Veeam en el portal del partner para ayudarles a desarrollar su catálogo de servicios, así como a ofertas de servicios personalizados y colaborativos como herramientas de dimensionamiento y escalado, kits de servicios, y recursos dedicados específicos para asegurar el éxito del cliente.

"Veeam se ha comprometido a desarrollar un modelo de negocio que está completamente centrado en su ecosistema de partners y proporcionar el nivel de servicio más alto a sus clientes. Con estas funcionalidades mejoradas para nuestro ecosistema de partners, los partners reciben las herramientas adecuadas para dar forma y controlar la transacción de soluciones y la experiencia del cliente", declara Danny Allan, vicepresidente de estrategia de producto de Veeam. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Alianzas estratégicas y partners: piedras angulares del éxito de Veeam
- "Queremos seguir siendo la empresa que tiene soluciones completas, fáciles de utilizar, y sencillas de implantar" (Jorge Vázquez, Veeam)
- Veeam estrecha relaciones con sus alianzas y crea soluciones que integran su tecnología desde cero

it whitepapers

SMART CITIES, conectando puntos para crear un futuro más inteligente

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

SonicWall refuerza su apuesta por los partners de seguridad gestionada

La compañía ofrece una plataforma mejorada Capture Cloud, que ayuda a los MSSPs a gestionar las cuentas, y lanza My WorkSpace, un nuevo panel de gestión de clientes. Anuncia asimismo un programa piloto que ofrece Capture Client y Cloud App Security bajo el modelo de pago por uso, y que se ampliará en 2020 a más productos.

Para dar respuesta a la creciente demanda de servicios de seguridad gestionada por parte de organizaciones de todos los sectores, SonicWall ha ampliado las ofertas dirigidas a los proveedores de servicios de seguridad gestionada (MSSPs), que tienen a su disposición una suite de seguridad SonicWall unificada, diseñada para eliminar la complejidad diaria de las operaciones, con independencia del tamaño de la organización o del entorno. La plataforma mejorada Capture Cloud de SonicWall ayuda a los MSSPs a gestionar las cuentas, registrar los productos, controlar las licencias y ofrecer análisis de amenazas por usuario en tiempo real.

"Los MSSP juegan un papel esencial a la hora de ampliar nuestra base de partners en la medida que defienden a las empresas y a las pequeñas y medianas organizaciones de las ciberamenazas", afirma Bill Conner, presidente y CEO de SonicWall. "Nuestro equipo continúa trabajando con algunos

¿Te ha gustado este reportaje?
Compártelo en redes

SonicWall se ha propuesto **aglutinar** durante este año una **red de más de 20.000 partners** en todo el mundo

de los partners y distribuidores más importantes del mundo con el objetivo de proporcionarles servicios de seguridad gestionada probados, que simplifican la desalentadora tarea de protegerles de los cibercriminales. A medida que avanzamos en el nuevo año, esperamos trabajar con más de 20.000 partners de SonicWall en todo el mundo".

PLATAFORMA EXTREMO A EXTREMO

Los MSSPs pueden diferenciar mejor sus ofertas con una plataforma de seguridad de extremo a extremo interconectada e impulsada por la plataforma Capture Cloud de SonicWall. Diseñada para dar respuesta a las necesidades de los clientes, las nuevas prestaciones permitirán a los MSSPs simplificar la supervisión, la visibilidad y la gestión de ecosistemas de ciberseguridad a medida que continúan creciendo.

Por otra parte, desarrollado pensando en el MSSP, SonicWall lanza My WorkSpace, un nuevo panel de gestión de clientes que es fácilmente accesible vía SSO a SonicWall Capture Security Center (CSC). My Workspace hace que los negocios de servicios de seguridad gestionada complejos operen de forma sencilla y más potente, permitiendo que los MSSPs puedan incorporar rápidamente nuevos clientes, configurar y gestionar múltiples clientes y proporcionar control de accesos basado en perfiles para gestionar y operar entornos de cliente distintos con suma facilidad.

La evaluación y reacción rápida son claves para mantener a salvo redes en crecimiento, y SonicWall Analytics ofrece a los MSSPs total visibilidad del tráfico de red de sus clientes, así como la capacidad de monitorizar niveles de riesgo específicos de cliente con informes personalizados y que se pueden comercializar con su marca. ■

Programa piloto

Por otra parte, la compañía ha anunciado un programa piloto, actualmente en versión beta, con el que los MSSPs cualificados tendrán la opción de establecer un precio mensual flexible. El programa piloto ofrece actualmente Capture Client (endpoint) y Cloud App Security (seguridad en Cloud para O365 y G-Suite) bajo el modelo de pago por uso y se ampliará en 2020 a un rango más amplio de productos y servicios de SonicWall.

MÁS INFORMACIÓN

- Crece el uso de servicios de ciberseguridad gestionada ofrecidos desde la nube
- SonicWall invierte en Perimeter 81, proveedor de servicios Zero trust
- SonicWall impulsa su estrategia de canal con el fichaje de Joaquín Fernández

it whitepapers

ACELERANDO LA AGILIDAD CON XAAS

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

esprinet

ESPRINET IBÉRICA SLU
Plataforma Logística PLA-ZA
C/Osca 2, nave 1, campus 3.84
50.197 Zaragoza

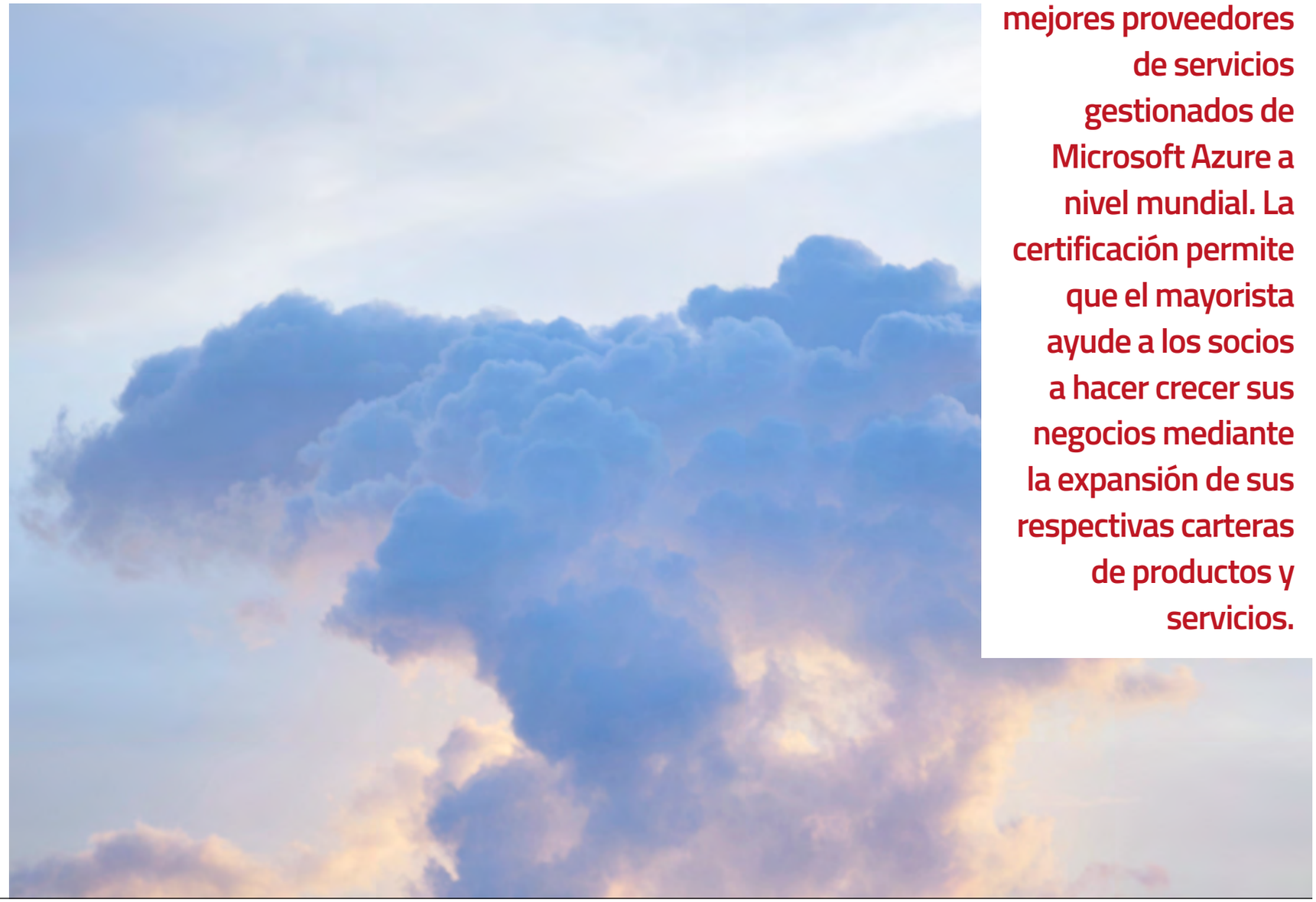
E-mail: **comercial@esprinet.com**
Teléfono de contacto: **+34 976 971 100**

ESPRINET
EDUCACIÓN
Soluciones para el entorno educativo

Ingram Micro vuelve a ser reconocido por Microsoft Azure

Ingram Micro Cloud ha anunciado hoy que ha obtenido la certificación de Proveedor de Servicios Gestionados (MSP) de Microsoft Azure. Para los revendedores cloud, Ingram Micro Cloud ofrece la capacidad de ofrecer servicios profesionales y administrados de Microsoft Azure bajo su propia marca, ayudándoles a administrar de manera más eficiente sus recursos en relación con las demandas de sus clientes.

"Estamos entusiasmados y honrados por este reconocimiento excepcional de Microsoft, ya que subraya nuestra iniciativa 'Más como un servicio' y nuestros esfuerzos para proporcionar servicios de valor añadido más significativos a los clientes de Azure", señala Nimesh Davé, vicepresidente ejecutivo de Global Cloud en Ingram Micro. "La certificación amplía nuestra sólida asociación con Microsoft y refleja las enormes inversiones que hemos realizado para ayudar a nuestros socios y clientes a ser más exitosos".



Se trata de la certificación más prestigiosa para MSP que incluye a Ingram Micro Cloud entre los mejores proveedores de servicios gestionados de Microsoft Azure a nivel mundial. La certificación permite que el mayorista ayude a los socios a hacer crecer sus negocios mediante la expansión de sus respectivas carteras de productos y servicios.

"Ingram Micro ha demostrado una y otra vez a través de innumerables compromisos con los clientes que es uno de los expertos mundiales de Microsoft Azure", explica Mark Rice, director general de Microsoft Worldwide Services Partners. "Nos gustaría felicitarles por lograr este gran honor, que es una confirmación de la capacidad de la compañía para ayudar a los MSP a construir y escalar sus negocios de Azure".

REQUISITOS RIGUROSOS

Para obtener la certificación, se requiere que cada Azure Expert MSP pase un riguroso proceso de selección, que incluye una extensa auditoría in situ de dos días en la que deben demostrar experiencia de primer nivel en servicios gestionados, abarcando todos los aspectos del ciclo de vida del cliente, desde la evaluación inicial hasta la arquitectura y el diseño, y una relación de confianza con los clientes de Azure de soporte, seguridad y optimización continuos. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Ingram Micro Cloud, la nueva división del mayorista en pro de la nube
- Ingram Micro distribuirá la oferta de ciberprotección de Acronis a nivel mundial
- "Estimamos crecer este año un 8% en España": Jaime Soler, Ingram Micro

Ingram Micro Cloud traslada su sede en Barcelona

Con el objetivo de consolidar su crecimiento internacional, Ingram Micro ha escogido la Torre Diagonal 00 de Barcelona para ubicar la futura sede de su división de infraestructura y servicios en la nube, Ingram Micro Cloud. El mayorista también dará cabida en su sede barcelonesa a CloudBlue, la división de software independiente creada en alianza con Microsoft. La multinacional ocupará un total de 1.279 m2 en la octava planta del inmueble, donde tiene previsto incorporar a un equipo de un centenar de personas, y donde apostará por implementar un modelo de oficinas Open Space, para fomentar la comunicación y el trabajo en equipo. Por el momento, la compañía ya ha abierto un proceso de selección de una veintena de perfiles técnicos para sus oficinas, que tiene previsto inaugurar durante el primer trimestre de 2020.

Ingram Micro Cloud, que desembarcó en España en 2015, cuenta en la actualidad con una plantilla de 200 personas en todo el territorio, de las que 170 se ubican en la sede central en la ciudad de Santander, a la que se une una delegación en Sevilla. La división ayuda a los distribuidores y proveedores de servicios a entregar, gestionar y monetizar con facilidad el ciclo de vida completo de la infraestructura basada en la nube, los servicios y las suscripciones a IoT, simplificando al mismo tiempo la transformación digital con seguridad, velocidad y agilidad.

it whitepapers

PRINCIPALES TENDENCIAS EN LA SEGURIDAD DE LAS APLICACIONES 2019

La seguridad de las aplicaciones recibe cada vez más atención. Esencialmente se trata de prevenir ataques que puedan explotar fallos en cualquier software que utilice una organización. Existen cientos de herramientas disponibles para asegurar las aplicaciones, incluso algunas especializadas en aplicaciones móviles, en aplicaciones basadas en red, incluso firewalls diseñados específicamente para las aplicaciones web.

Tech Data firma un acuerdo definitivo para adquirir Inflow Technologies

Mientras está en proceso de ser adquirida por Apollo Global Management, Tech Data ha anunciado la firma de un acuerdo para comprar el negocio de Inflow Technologies, un distribuidor de valor añadido con experiencia en áreas como ciberseguridad y redes. La adquisición está sujeta a las aprobaciones regulatorias habituales y se espera que se cierre durante el primer trimestre del año fiscal 2021 de Tech Data. "La incorporación de Inflow Technologies respalda directamente nuestra estrategia de ofrecer un mayor valor, especialmente en las áreas de inversión en tecnologías de próxima generación, fortaleciendo nuestra cartera de extremo a extremo y optimizando nuestra presencia global", explica Rich Hume, CEO de Tech Data. "En particular, esta adquisición nos ayuda a fortalecer nuestra cartera de soluciones de redes y seguridad que podemos ofrecer a nuestros socios de canal, mientras optimizamos nuestra presencia en Asia Pacífico, que es una región importante para Tech Data".

EXPERTO MULTI-DISCIPLINAR

Inflow Technologies tiene su sede en Bangalore, India, y es un distribuidor de valor añadido para una gran cantidad de tecnologías, que incluyen ciberseguridad, redes, comunicaciones unificadas y colaboración, almacenamiento y administración de servidores, infraestructura y software de aplicaciones, identificación automática y captura de datos, seguridad electrónica y servicios relacionados en el sur de Asia. "Como habilitador de tecnología, Inflow Technologies aporta una variedad de competencias centrales a Tech Data, que incluyen desarrollo de negocios, participación en el canal, capacitación y soporte previo y posterior a la venta", señala Byju Pillai, presidente y CEO de Inflow Technologies. "Nuestras habilidades combinadas, carteras, talento y compromiso con un servicio excepcional con una ejecución de clase mundial nos permitirán ofrecer un mayor valor a nuestros socios de canal". ■

Con esta operación, Tech Data optimizará su presencia en la región de Asia Pacífico y fortalecerá la cartera de extremo a extremo de la compañía, permitiendo a los clientes ofrecer un conjunto más amplio de capacidades, particularmente en torno a tecnologías de próxima generación, como la seguridad.

MÁS INFORMACIÓN

- Tech Data completa la adquisición de DLT Solutions
- Apollo aumenta la oferta de compra de Tech Data a 145 dólares por acción
- Tech Data ingresa más de 9.100 millones de dólares en el tercer trimestre

¿Te ha gustado este reportaje?
Compártelo en redes

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

DMI Computer

TU MAYORISTA
DE CONFIANZA

Almacena tus mejores recuerdos

Descubre nuestra gama de Almacenamiento

U301

U202

U365

U382

U364

GTI se considera el mejor mayorista cloud en España

En el marco de su evento RED 2019, celebrado recientemente en Madrid, la firma española saca pecho con su estrategia en la nube, que ya supone un tercio de sus ingresos, y con la que trata de compensar su reciente salida del mercado de consumo.

En el año 2008 GTI dio sus primeros pasos en lo que más tarde se bautizaría como universo de la nube, a través de la puesta en marcha de una propuesta específica para los proveedores de servicios en Internet. En 2015 obtuvo la calificación como CSP (Cloud Solution Provider) de la mano de Microsoft, lo que que le permitió dar un tremendo salto de calidad a la hora de trasladar al canal una nueva forma de vender soluciones cloud, basada en la relación permanente con el cliente y un control total de su ciclo de vida. "Estos últimos años nos hemos sometido a un proceso de nubificación interna tan intensa, partiendo de nuestra tradicional especialización en el mundo del software, que hemos conseguido convertirnos en el mejor mayorista cloud que hay en España, según reflejan diversos estudios de mercado", alardea Hugo Fernández, CEO de GTI. "Esto no va de ser un simple proveedor de tecnología, sino de realizar cross-selling y up-selling de soluciones y servicios cloud", apostilla.

Las expectativas que GTI se ha marcado a nivel de negocio con respecto al segmento cloud son realmente ambiciosas, con crecimientos por encima del 35% anual durante el próximo lustro. El mayorista parte de un ejercicio fiscal 2019, finalizado el pasado mes de septiembre, en el que decreció un 8,5%, lastrado por el abandono total de su actividad en el segmento de consumo, que representaba prácticamente un tercio de sus ingresos. Cabe reseñar que el mayorista ya decreció en 2018 un 12%, tras facturar 194 millones de euros, frente a los 221 millones de euros de 2017. Por lo que la estimación de facturación en el ejercicio 2019 es de 177 millones de euros. "Pero volcados como ya estamos en el segmento profesional y con el foco puesto en cloud, durante los próximos cinco años creceremos como promedio un 20% anual", vaticina Juan Pablo Rossi, presidente y fundador de GTI. "En este ambicioso plan de negocio jugará un papel determinante nuestra área cloud, que ahora supone un tercio de nuestra facturación, que en 2020 representará un 40% y que en cinco años ya superará el 70%", apunta el directivo.

PILARES DE LA PROPUESTA

La propuesta cloud de GTI se asienta sobre tres baluartes: CSP, área consistente en la venta de suscripciones mensuales con factura única, principalmente sobre tecnología Microsoft; MSP, modelo que radica en la

De izquierda a derecha: Hugo Fernández, CEO de GTI, y Juan Pablo Rossi, presidente de GTI

comercialización de licencias a más de 500 proveedores de servicios gestionados, de todos los tamaños; y cloud híbrida, segmento basado en la gestión de suscripciones tanto de nube pública como híbrida. Hoy día los servicios cloud más rentables que identifica GTI son los relativos a Inteligencia Artificial, blockchain o reconocimiento de imágenes, aunque los que más éxito cosechan en la actualidad tienen que ver con el backup.

Los principales fabricantes con los que trabaja GTI en el segmento cloud son Microsoft, VMware, Red Hat, IBM Cloud y Alibaba Cloud. "Este último contrato va más lento de lo esperado debido a las consecuencias de la guerra comercial a la que se enfrentan las empresas chinas", reconoce Hugo Fernández. Ante la posibilidad de incorporar otros hiper escaladores de la talla de Google o Amazon, el directivo todavía no los considera "lo suficiente maduros con respecto a su estrategia de canal, por lo que nos centraremos en los fabricantes con los que ya trabajamos".

EL VIAJE DEL PARTNER

En la actualidad GTI opera con 2.000 partners en el segmento cloud, de un total de 6.000 con los que trabaja en España. El viaje habitual del partner hacia la nube arranca desde el backup, prosigue por el almacenamiento y continúa por la Infraestructura como Servicio (IaaS). Según estimaciones del mayorista, aquellos canales que apuestan por el modo cloud recuperan su promedio tradicional de facturación a los cinco años, pero, además, mejoran la rentabilidad de sus negocios puesto que venden más servicios que con el modelo on-premise. ■

¿Te ha gustado este reportaje?
Compártelo en redes

MÁS INFORMACIÓN

- GTI reúne a fabricantes, proveedores de servicio y partners cloud en RED 2019
- GTI equipa a sus partners con servicios de ciberseguridad para empresas
- GTI es nombrado Mejor Mayorista del año y Mejor Mayorista Cloud
- GTI, Microsoft y otros proveedores cloud lanzan VIP 25

El peso de Diode

Cuatro años se cumplen de la compra de Diode por parte de GTI. A pesar de diversos cantos de sirena, principalmente externos a la compañía, Diode mantiene su independencia y su foco en sus tres áreas históricas: identificación automática, IoT y comunicaciones. El pasado año fiscal Diode –que representa un 18% del negocio del grupo GTI- incrementó sus ingresos un 13% y su rentabilidad un 40%.

RED 2019

Estas declaraciones se han producido en el marco de RED 2019, la convención anual de partners de GTI que, bajo el lema "Unidos en el crecimiento", ha reunido recientemente en Madrid a más de 300 profesionales de la industria. Durante la jornada, el mayorista presentó su nueva estrategia de foco y cooperación con sus partners, y acercó a los asistentes las últimas tecnologías y servicios en cloud gestionados, ciberseguridad, nuevo puesto de trabajo, infraestructura y gestión de datos. El mayorista también quiso reconocer junto a sus fabricantes algunas de las mejores prácticas y desempeños de 2019 como muestra de agradecimiento hacia sus partners. Las compañías premiadas fueron Everis, Telefónica, Inforein, Acens, Alhambra-Eidos, BMI, IECISA, Saytel, Nunsys, Sothis y Arbentia.

INGRAM MICRO®

La mejor solución ante las amenazas

CYBER SECURITY

Ingram Micro te acompaña
en tus proyectos de Seguridad

Barracuda
Cisco Partner
Distribution Partner
CITRIX®
RSA
SONICWALL®
SOPHOS
Symantec.

¿Cuáles fueron los fabricantes más comprometidos con el canal en EMEA?

Canalys ha identificado a 12 Campeones en gestión del canal. Todas estas compañías generan la mayoría de sus ingresos a través de partners. Se trata de APC de Schneider Electric, Cisco, Fortinet, Fujitsu, HP, Kaspersky, Lenovo, NetApp, Nutanix, Palo Alto, Trend Micro y Veeam.

Un total de 12 proveedores lograron el estatus de Campeón en el 2019 Canalys EMEA Channel Leadership Matrix. Se trata de APC de Schneider Electric, Cisco, Fortinet, Fujitsu, HP, Kaspersky, Lenovo, NetApp, Nutanix, Palo Alto, Trend Micro y Veeam.

Lo más destacable del ranking de este año es que siete de los proveedores (Fortinet, Fujitsu, HP, Lenovo, NetApp, Palo Alto y Veeam) conservaron con éxito su estatus de Campeón del año pasado. Este es un logro excepcional, ya que requiere que un proveedor introduzca mejoras en su compromiso de canal, que ya es líder en la industria, así como aumentar aún más su inversión en el canal.

NUMEROSAS TECNOLOGÍAS

Los campeones de este año abarcan un amplio espectro de tecnologías, que incluyen PC, redes, infraestructura de centros de datos, software y seguridad, pero exhiben algunas características comunes.

Todos muestran mejoras en los procesos del canal para impulsar la simplicidad y la facilidad de hacer negocios; priorizan las inversiones en aumentar la rentabilidad y los modelos de negocio de los partners; y demuestran un compromiso para mantener o aumentar la parte de los ingresos generados a través del canal.

Todos los Campeones generan la mayoría de sus ingresos a través de partners, pero, de manera crucial, están respaldados por un enfoque de ventas dirigido por el canal (en lugar de un canal neutral). Esto tiende a reflejarse en la importancia dada a las funciones de gestión de canal a nivel corporativo y en las culturas de ventas internas, que reconocen el valor de los partners para el éxito del proveedor. ■

Por categorías

Junto con los 12 Campeones, hay otros proveedores líderes que se dividen en tres categorías:

❖ **CONTENDIENTES:** AWS, Dell EMC, Hewlett Packard Enterprise (HPE) y Juniper, que cuentan con altas calificaciones de los partners en relación con sus competidores o han realizado importantes inversiones en canal, pero han visto disminuir el afecto de los partners durante el último año.

❖ **PRODUCTORES:** Apple, Huawei, IBM, Microsoft y VMware, que tienen puntuaciones más bajas en comparación con sus competidores, pero han experimentado mejoras en el último año.

❖ **REZAGADOS:** Citrix, McAfee, Oracle y Symantec, que tienen las puntuaciones más bajas y han visto estancarse o disminuir el afecto de los partners en los últimos 12 meses.

¿Te ha gustado este reportaje?
Compártelo en redes

MÁS INFORMACIÓN

- El distribuidor seguirá jugando un papel clave en el mercado de TI
- Muchas empresas de canal deberán salir de su zona de confort en 2020
- El éxito de los proveedores cloud dependerá en gran parte de los partners de canal

it whitepapers

BLOCKCHAIN: la tecnología con mayor potencial para redefinir el entorno digital

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

traulux by Charmex
AV TECHNOLOGY

¿HABLAMOS?

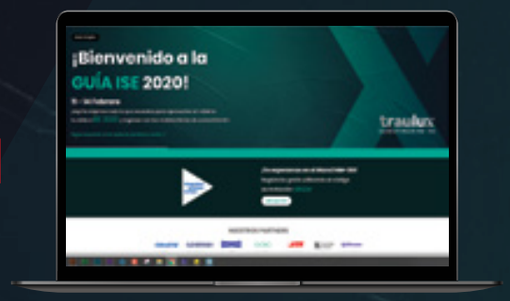
ESCRÍBENOS A TRAULUX.NET

SOLUCIONES DIGITAL SIGNAGE

SOLUCIONES EDUCACIÓN

ISE 2020

STAND CHARMEX 14M-130
REGÍSTRATE GRATIS UTILIZANDO
NUESTRO CÓDIGO DE INVITACIÓN
395234



BEYOND TODAY

BEYOND US...

SOLUCIONES PARA TU EMPRESA

TE OFRECEMOS LA SOLUCIÓN COMPLETA PARA EQUIPAR TUS SALAS

SÍGUENOS LA PISTA EN NUESTRAS REDES SOCIALES

CHARMEX INTERNACIONAL S.A

Las empresas de consultoría informática crecerán un 6% en 2019

El sector TIC se presenta como clave para la economía del país. Y es que, a pesar de manifestar signos de ralentización en el pasado mes de noviembre, el último informe TIC Monitor elaborado por VASS y el Centro de Predicción Económica CEPREDE revela un importante repunte en diciembre, lo que demuestra la gran robustez de los servicios digitales frente otras actividades terciarias. Concretamente, las empresas dedicadas a la consultoría informática han registrado un crecimiento interanual de facturación del 10,1%, lo que hace que las previsiones de cierre del año estén en una horquilla del 5 al 6%, ligeramente por debajo del 6,8%, con el que terminara 2018.

De cara a 2020, el contexto de incertidumbre económica que se vive en estos días parece haber hecho mella en los empresarios, que rebajan sus expectativas de actividad para los tres próximos meses y se muestran más cautos. Así, el indicador de clima empresarial se ubica en 25,4 en una escala de +/-100, 21 puntos menos que el informe anterior. Aun así, el 62,7% de las empresas del sector es optimista y las compañías españolas mantienen todavía un diferencial positivo de 19 puntos con sus homólogas europeas.

MODELO DE EMPLEO

En lo que respecta al empleo, tanto la demanda de talento especializado como las

Los empresarios rebajan sus expectativas de actividad para los tres próximos meses y se muestran más cautos, pese a lo cual, se estima que el volumen de actividad de las consultoras digitales y empresas de informática crecerá entre un 4% y un 4,5% en 2020, muy por encima de lo que se espera en el conjunto del sector servicios.

expectativas de contratación, incrementan sus cifras en este barómetro mensual, "lo que reafirma que estamos ante un sector de futuro y con una propuesta de valor sostenible para el conjunto de la sociedad", indica Antonio Rueda, director de VASS Research, responsable del barómetro. El indicador muestra un crecimiento interanual del 4,7%, lo que significa que mantiene su dinamismo con 24 meses consecutivos de crecimiento.

Las expectativas de creación de puestos de trabajo a corto plazo también reflejan una importante subida respecto a noviembre, pasando de una puntuación de 19,2 a 42,9 puntos (en una escala de +/-100). Esto significa que el 71,5% de las empresas españolas esperan crear empleo neto en los próximos tres meses.

"Según nuestras previsiones para 2020, el volumen de actividad en el ámbito de los servicios TIC crecerá entre el 4% y el 4,5%, lo que suponen registros muy superiores a los que, de promedio, se espera para el conjunto de la economía", concluye Rueda. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Las consultoras TIC acaparan el 76% del negocio de la ciberseguridad en España
- La consultoría española crece impulsada por la transformación digital
- La consultoría en TI ingresó 9.975 millones de euros en 2018

Razones para contratar una consultoría tecnológica

Cada vez es más frecuente que las empresas externalicen ciertos procesos de su negocio para optimizarlos al máximo y conseguir una mayor rentabilidad. Esto es cada vez más habitual en el ámbito de la tecnología, en el que muchos empresarios tienen la percepción de que ciertos aspectos escapan de su control, razón por la cual muchos de ellos apuestan por contratar los servicios de consultoría tecnológica a una entidad especializada. Según Telynet, son siete las ventajas de contar con una entidad de estas características:

REDUCCIÓN DE COSTES: con el control integral de los procesos, se consigue una considerable reducción de los costes más prescindibles relacionados con su actividad.

OPTIMIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE NEGOCIO: todos los flujos que se dan en el ámbito empresarial serán mejorados con las prestaciones de una empresa consultora.

REDUCCIÓN DE RIESGOS: es importante que los riesgos, ya sean informáticos o de seguridad, sean reducidos a cero, un objetivo primordial de los recursos de consultoría tecnológica.

RESPETO DEL CONTROL PRESUPUESTARIO: una de las bazas más destacadas de estas entidades es que se ajustan al presupuesto inicial del cliente, por lo que siempre se moverán en las cifras que se hayan establecido previamente.

EXPERTOS DE TI: los servicios de tecnología de la información se prestan mejor si se cuenta con verdaderos expertos. Por ello, la mejor solución es externalizar estos recursos y dejarlos en manos de quienes poseen los mejores conocimientos técnicos sobre esta materia.

PERSONALIZACIÓN: con la contratación de este tipo de servicios, se consigue una atención personalizada, poniendo el punto de mira en las necesidades y problemas específicos de cada empresa, de forma que cada proyecto se trata como si fuera propio.

COMUNICACIÓN CONSTANTE: los responsables de cada proyecto desempeñan su labor de forma continua, con una disponibilidad completa ante cualquier cuestión que surja en el entorno corporativo.

ARROW

arrow.com/ecs/es

Proteja los negocios de sus clientes con el concepto de **seguridad integral de Arrow.**

algosec | allot See. Control. Secure. | ARISTA | aruba a Hewlett Packard Enterprise company | Carbon Black. | Check Point SOFTWARE TECHNOLOGIES LTD.

f5 | FIREEYE | FORTINET | gemalto security to be free | HUAWEI | IBM Business Partner

Infoblox NEXT LEVEL NETWORKING | ixia A Keysight Business | MICRO FOCUS | NETSCOUT | Pulse Secure | radware Every second counts

splunk> | swivelsecure | Symantec | tenable | TREND MICRO | viewtinet

ARROW I Avenida de Europa, 21, Parque Empresarial La Moraleja - 28108 Alcobendas, Madrid
Telf +34 91 761 21 21 - marketing.ecs.es@arrow.com

Crecen las fugas de datos y el ransomware, que golpea con fuerza en España

En noviembre asistimos a la propagación de varias familias de malware, entre ellas la del ransomware Ryuk, que han afectado a numerosas empresas en España, como Everis, la Cadena Ser, La Zaragozana, Vithas o Prosegur. También se han producido numerosos incidentes que han terminado con fugas de información personal de millones de usuarios.

Mientras que muchas empresas ya están pensando en cerrar el año, los delincuentes no cesan en sus actividades. Prueba de ello es que durante noviembre el laboratorio de ESET no ha dejado de descubrir nuevas amenazas, especialmente relacionadas con el ransomware, con notables casos acontecidos en España. Durante este mes se han producido asimismo importantes fugas de información que han expuesto los datos privados de cientos de millones de usuarios.

En lo que respecta al ransomware, no hemos dejado de ver cómo las campañas de propagación de varias familias de malware han hecho estragos en todo el mundo. Entre estas familias destaca la del ransomware Ryuk, que durante las últimas semanas ha afectado a numerosas empresas en España, algunas de gran tamaño.

GRANDES EMPRESAS ESPAÑOLAS AFECTADAS

A principios de mes se produjeron dos incidentes en grandes empresas españolas. Por un lado, la consultora Everis se vio afectada por lo que parecería una variante del ransom-

¿Te ha gustado este reportaje? Compártelo en redes

ware Bitpaymer, y, por otro lado, la Cadena Ser también se vio afectada ese mismo día, aunque en su caso se trató de una variante del ransomware Ryuk, que provocó problemas en las emisiones locales y regionales, sobre todo en Madrid. Precisamente, Ryuk ha seguido provocando problemas en España y afectó en semanas posteriores a la empresa de seguridad Prosegur.

También se reportaron incidentes relacionados con ransomware, aunque sin poderse comprobar la familia responsable, que afectó a siete hospitales de la cadena Vithas y a la empresa cervecera La Zaragozana. Además, el instituto de empleo de Zaragoza también se vio afectado por un caso de ransomware de la familia Sodinokibi.

Tanto Ryuk como Sodinokibi se reparten buena parte de los casos de ransomware a empresas en lo que llevamos de año y ESET no prevé que este tipo de incidentes vayan a desaparecer a corto plazo, a menos que las empresas adopten las medidas de seguridad adecuadas.

FUGAS DE DATOS

Por otra parte, durante las últimas semanas hemos visto cómo se han producido numerosos incidentes que han terminado con fugas de información personal de millones de usuarios. Entre estos incidentes está el que ya se considera como la filtración más grande hasta la fecha y que ha afectado a más de 1.200 millones de usuarios de redes sociales como Facebook y LinkedIn. Entre los datos que se han filtrado se incluyen los nombres de usuario, números de teléfono o el email. ■

Más filtraciones

Siguiendo con las filtraciones, un fabricante de dispositivos y un proveedor de servicios de telecomunicaciones también anunciaron haber sufrido brechas de seguridad. El primero es OnePlus, que anunció hace unos días haber sufrido una fuga de información que afectaría a los datos de algunos de sus usuarios. Por su parte, T-Mobile sufrió accesos no autorizados a la información perteneciente a las cuentas de un número inicialmente indeterminado de sus clientes de pre-pago. Declaraciones posteriores realizadas desde la compañía indicaron que este incidente habría afectado a un pequeño número de sus usuarios.

MÁS INFORMACIÓN

- Disminuye el volumen de malware, pero crecen los ataques de ransomware
- Los fallos humanos causan las brechas de ciberseguridad más perjudiciales
- Protegerse frente a las brechas de seguridad es una necesidad empresarial

it whitepapers

ESPAÑA, NACIÓN DIGITAL

A través del análisis de más de 80 indicadores clave, este informe de Adigital examina las posibilidades de liderazgo de España frente a otros países en la economía digital. La traducción práctica es que nuestro país no está siendo capaz de aprovechar todas las oportunidades asociadas a este proceso, asumiendo un coste de oportunidad en términos de crecimiento económico y creación de empleo.

IREO

Se trata de TI

Como **mayorista de valor de soluciones TI**, tenemos la **misión de ayudar a nuestros Partners a hacer crecer su negocio** a través del valor añadido y la diferenciación.

Consulta nuestro portfolio en www.ireo.com

BeyondTrust · cherwell · DataLocker Simply Secure · datto · deepnet Security · Endpoint Protector

Kanguru Secure. Anytime. Anywhere. · macmon nac smartly simple · ManageEngine · retarus · SCALE Computing · Skybox Security

Sophos · StorageCraft · Titus · tp-link · Stormshield · Trustwave

SEGURIDAD | NETWORKING | SISTEMAS | IT SERVICE MANAGEMENT

2020, ¿el año de la digitalización?

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

Se pone en marcha un nuevo año, comienzo de década, y, por ello, suele plantearse como un punto de inflexión. Llevamos años viendo estadísticas y previsiones de cara a 2020 y, como ya ocurrió con otros años "famosos" anteriores, la fecha ha llegado, y, lejos de echar la vista atrás para ver si se ha cumplido lo previsto, preferimos mirar al futuro y ver este 2020 como la puerta de entrada a una nueva fase en la Transformación Digital del negocio y la sociedad.

10 PREDICCIONES TECNOLÓGICAS PARA 2020

Es época, como decíamos, de hacer balance anual y de prepararse para lo que vendrá en los próximos meses, y así lo han hecho los analistas de la consultora IDC, que acaban de publicar una relación con las 10 principales tendencias tecnológicas que llegarán en 2020.

El objetivo de IDC es ayudar a las organizaciones en tres áreas críticas, que son la tecnología, el liderazgo y el valor, ya que los líderes deberán abordar el cambio tecnológico de forma inteligente para integrar la innovación de forma que se puede maximizar el valor de las inversiones en transformación digital. Como explicó Phil Carter, analista jefe de IDC, su firma ha elaborado 10 predicciones disruptivas que, en su opinión, "van a dar forma al mercado en 2020 y más allá".

Este responsable añadía que "destacamos la empresa futura y cómo necesitamos redefinir el valor, el liderazgo y la tecnología a medida que avanzamos hacia el futuro. Esperamos que estas predicciones ayudarán a las empresas europeas a planificar sus estrategias 2020". Concretamente, las 10 predicciones que hacen los analistas de ID son las siguientes:

1 Enfoque en las capacidades digitales: De cara a 2020 el 25% de las 500 principales empresas europeas tendrá, como mínimo, dos miembros de la junta directiva con capacidades de excelencia empresarial digital.

2 Inversiones digitales: a partir del año que viene las organizaciones europeas invertirán más de 271.000 millones de dólares en transformación digital. Aunque solo el 16% logrará generar ingresos con estos esfuerzos.

3 Recopilación de datos de dispositivos conectados: para el año 2022 los datos provenientes de los dispositivos conectados podrían generar unos ingresos de 10.500 millones de dólares para las 500 principales organizaciones europeas.

4 Modernización de la TI principal: desde ahora hasta 2025 el 60% de las empresas se embarcarán en un proceso de modernización de su TI central, aprovechando la nube y pudiendo mejorar su productividad empresarial hasta en un 25%.

GARTNER: DIEZ PRINCIPALES TENDENCIAS TECNOLÓGICAS PARA 2020

> La **digitalización** supone la **oportunidad de ser más eficientes** gracias a los **beneficios que la tecnología proporciona**, por lo que, incluso en tiempos complicados, **las empresas siguen manteniéndola** presente en su estrategia
>
> Ignacio Herrero, director general de **AHORA**

5 Nuevas funciones para los líderes tecnológicos: para el año 2022 el 30% de las organizaciones europeas definirán nuevas funciones de liderazgo tecnológico, que combinarán los roles actuales de los CIO, CTO, CDO y líderes de innovación.

6 Transformación para ser más inteligentes: de cara al año 2023 el 70% de las iniciativas europeas de automatización inteligente de procesos (IPA) estarán potenciadas por la IA.

7 Reemplazo de las métricas basada en KPI por KBI: según IDC, para el año 2022 el 60% de las 2.000 principales organizaciones europeas habrá remplazado las métricas de éxito basadas en KPI por KBI, lo que les permitirá acelerar la defensa de los empleados y los clientes.

8 Aceleración del cambio cultural: los analistas pronostican que en 2020 un tercio de las organizaciones se enfrentarán a un freno importante en sus intentos de acelerar la innovación, debido a problemas en su cultura empresarial. Por ello, afirman que a partir del año que viene se redoblarán los esfuerzos para llevar a cabo ese necesario cambio cultural.

9 Presiones para que los CISO se conviertan en líderes empresariales: la visión de IDC es que los CISO tiene de plazo hasta 2022 para establecerse como líderes empresariales que puedan proporcionar confianza digital, por lo que se acelerará este proceso de cambio.

10 Más ética para las tecnologías digitales: en 2024 el 50% de las empresas públicas europeas informará cada año sobre la ética en el uso de datos dentro de su organización, aplicadas a la automatización y la inteligencia artificial.

it whitepapers

INTELIGENCIA ARTIFICIAL: luces y sombras de la tendencia tecnológica de mayor impacto en la economía y la sociedad

La Inteligencia Artificial es una de las tendencias de más claro desarrollo en el presente, pero, sobre todo, en el futuro. Se trata de uno de los elementos tecnológicos más revolucionarios del panorama TIC, y si implementación se irá produciendo, paulatinamente, en diversos sectores, que se espera se vean transformados de forma radical.

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

LAS TECNOLOGÍAS SERÁN CADA VEZ MÁS INTERCONECTADAS E INTERDEPENDIENTES

Deloitte ha lanzado la 19ª edición de sus "Predicciones de tecnología, medios y telecomunicaciones", que analiza tres temas generales: las tecnologías individuales se están volviendo cada vez más interconectadas e interdependientes, lo que aumenta su impacto y valor; smartphones, ordenadores, televisores, centros de datos empresariales y software, e IoT generarán la mayor parte de los ingresos de la industria TMT; y, por último, muchos servicios y productos promocionados anteriormente finalmente se convertirán en realidad en 2020.

Crecerá la demanda de chips IA Edge. Una nueva generación de chips de inteligencia artificial (IA) Edge reducirá las frustraciones causadas por la falta de conexión a Internet en los smartphones al llevar la IA al dispositivo. Deloitte predice que, en 2020, se venderán más de 750 millones de chips IA Edge (chips o partes de chips que realizan o aceleran las tareas de aprendizaje automático en el dispositivo, en lugar de en un centro de datos remoto), y que el mercado de chips IA Edge continuará creciendo mucho más rápido que el mercado global de chips.

5G privado ganará impulso. Deloitte predice que más de 100 compañías en todo el mundo comenzarán a testar implementaciones privadas de 5G para fines de 2020, invirtiendo colectivamente unos pocos cientos de millones de dólares en mano de obra y equipamiento. Para muchas de las empresas más grandes del mundo, el 5G privado probablemente se convertirá en la opción preferida, especialmente para entornos industriales como plantas de fabricación, centros logísticos y puertos.

Robots, los nuevos empleados. De los casi un millón de robots para uso empresarial que Deloitte espera que se vendan en 2020, poco más de la mitad de ellos serán robots de servicio profesional, generando más de 16.000 millones de dólares en ingresos, un 30% más que en 2019. Los robots de servicio profesional sobrepasarán a los robots industriales en términos de unidades suministradas en 2020 y en términos de ingresos en 2021.

IDC: PREDICCIONES TECNOLÓGICAS PARA EUROPA EN 2020

SOBREVIVIRÁN AQUELLOS PARTNERS QUE ACTÚEN COMO ASESORES DE LOS CLIENTES

Con 2020 llegan los propósitos de año nuevo y, entre ellos, las organizaciones señalan tener un mayor control sobre el lugar donde residen sus datos. Los partners tendrán que adaptarse y ofrecer opciones que no comprometan a sus

CONTENIDOS↓

clientes, al tiempo que convertirse en sus asesores para aprovechar realmente el poder de los datos.

Los clientes finales querrán almacenar más datos y aplicaciones en sus instalaciones o, al menos, tener un control aún mayor sobre dónde residen. La preocupación por la privacidad y la seguridad significa que las organizaciones no querrán poner todos los huevos en la misma cesta y, por ejemplo, almacenar todo en un gran proveedor público de cloud computing. Por este motivo, Matthieu Brignone, jefe de Canal y Alianzas de EMEA de Pure Storage, pronosticaba que "los partners que tendrán más éxito en los próximos años serán aquellos que puedan ofrecer opciones que no comprometan a los clientes, asegurando a las organizaciones un mayor control sobre el lugar donde residen sus datos".

Por otra parte, más empresas reclamarán soluciones ágiles de Inteligencia Artificial y se subirán al carro del 'AI-first' en 2020. Los proveedores y revendedores necesitan habilitarlo y suministrar soluciones que permitan una rápida implementación de extremo a extremo de la IA. "Más allá de esto, los socios de canal que sobrevivirán y prosperarán en la próxima década serán aquellos que actúen como asesores de los clientes, ayudando a derribar barreras y silos de datos para aprovechar realmente el poder de los datos", añadía Brignone.

2020 SERÁ UN AÑO DESAFIANTE PARA EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN DE PC

El canal de TI debería prepararse para un rendimiento mucho más débil en el mercado de PC en 2020, pues se prevé que las ventas anuales probablemente serán

Claves para convertirse en partners SaaS

Durante su intervención en Sage Partner Sessions con la ponencia "Cómo convertirse en un Saas Partner", Emilio Castellote, senior research analyst de IDC, habló del informe generado para Sage sobre cómo llegar a ser un Partner Saas, una "carrera para la que hay que ser valientes", y que según el analista abordará en torno al 70% del canal de TI.

Según datos de IDC, en 2020 Europa Occidental invertirá más de 255.000 millones de euros en transformación digital, y en torno al 43% de esa inversión se hará en servicios. Los nuevos modelos de negocio estarán ubicados en la nube, y es ahí donde está la oportunidad, en los servicios SaaS que se originarán en la nube.

En lo que respecta al negocio ERP, según Castellote, la oportunidad del mercado cloud ERP en España en 2020 asciende a 143,5 millones de euros, y crecerá un 14,2% anual hasta 2022. Las empresas de menos de 500 empleados representarán el 49% de la oportunidad del cloud ERP en España.

Para aprovechar esta oportunidad es preciso convertirse en partner SaaS, asegura Castellote, aportando tres claves: saber diferenciarse, hacer foco en el cliente y medir el cambio con nuevas métricas. Respecto a la primera, es preciso elaborar una buena propuesta y buscar aquellos socios que puedan hacer que ésta sea diferencial. La clave está en analizar lo que quiere el cliente, definir la propuesta de valor, y especializarse en algo concreto, asociándose con aquellos partners que consoliden tu propuesta.

A modo de conclusión, Emilio Castellote aconsejaba a los partners que quieran convertirse en partners SaaS que hablen con proveedores, como Sage, para comprender la estructura del éxito de sus clientes; identifiquen los candidatos para dirigir el éxito del cliente basado en la venta de servicios; elaboren una evolución de la situación de su negocio y cómo debería ser su estado financiero en el ámbito de la creación de un negocio recurrente basado en servicios; y traten de conectar con nuevos flujos de ingresos, asociaciones y nuevos productos y servicios con el fin de complementar su oferta básica de SaaS.

> El **mercado profesional** tendrá unas tasas considerables de **crecimiento gracias a la transformación digital** que las empresas están afrontando para no dejar desfasados sus negocios y a la presumible **reactivación de la inversión en la Administración Pública**

Jaime Soler, vice president and Country Chief Executive de **Ingram Micro** para España y Portugal

negativas en la segunda mitad del año, según Context.

Analizando los datos recopilados de proveedores, revendedores y distribuidores, la consultora augura que la fuerte demanda empresarial de nuevo hardware durante el año pasado se debilitará gradualmente después del fin del soporte de Windows 7 en enero de 2020. Los continuos problemas de suministro de CPU Intel agravarán estos desafíos de crecimiento para el canal el año que viene. Desafortunadamente, es poco probable que el mercado de consumo experimente un crecimiento suficiente para compensar esta caída en el segmento empresarial, ya que la demanda de sistemas de sobremesa y portátiles convencionales se mantendrán débiles.

Sin embargo, hay algunos aspectos positivos para el próximo año. Los continuos esfuerzos de transformación digital por parte de las organizaciones estimularán la inversión en nuevas máquinas, especialmente en sistemas de alto rendimiento para manejar aplicaciones de diseño y análisis de datos. Aunque esto no evitará una disminución en los volúmenes, ayudará a aumentar los precios medios de venta y, por lo tanto, los márgenes.

Del lado del consumidor, es probable que la demanda de PC portátiles delgadas y livianas, Chromebooks y PC para gaming se mantenga fuerte, con nuevos formatos de alto rendimiento que también resultarán atractivos para los usuarios domésticos. Esto también elevará los precios medios de venta para contrarrestar el bajo volumen de centas de las máquinas convencionales.

"En muchos sentidos, en 2019 hemos visto la evolución de dos mercados, con una fuerte demanda en el sector empresarial, mientras que los consumidores decidieron gastar su dinero en otro lugar", explicaba Marie-Christine Pygott de Context, que añadía que, "aunque la demanda empresarial se debilitará después de enero, y las ventas al consumidor siguen centradas en un pequeño número de segmentos, hay optimismo para el año que viene. Se espera que los proyectos de transformación digital continúen a ritmo acelerado para las empresas en 2020, aumentando la demanda de PC de alta gama, mientras que nuevos formatos podrían sumarse a las listas de deseos de

los consumidores, ayudando a mejorar los márgenes del canal".

MUCHAS EMPRESAS DE CANAL DEBERÁN SALIR DE SU ZONA DE CONFORT EN 2020

La industria global de tecnología de la información (TI) se adentra en el año 2020 equilibrando su impulso de crear nuevos productos y servicios, al tiempo que aborda cuestiones que a menudo son sub-productos de la innovación, según el informe "Perspectivas de la Industria TI para 2020" de CompTIA. La euforia alrededor de las tecnologías emergentes; hacer de la ciberseguridad una consideración de primer nivel en el mundo corporativo en lugar de una simple tarea de tecnología; e incorporar a la inteligencia artificial y a la automatización al lugar de trabajo sin eliminar el elemento humano, son únicamente algunos de los retos para la industria identificados en el informe.

CompTIA proyecta que la industria global de TI crecerá a un ritmo de 3,7% en 2020, con el potencial de creer hasta el 5,4% o de crecer tan sólo un 1,9%. "Se trata de un rango de pronóstico más estrecho que lo que hemos visto en años pasados, sugiriendo que los ejecutivos de la industria muestran un alto grado de precaución en un entorno impredecible", señalaba Seth

Los retailers deben evolucionar ante las cambiantes demandas de los clientes

Fujitsu afirma que los retailers deben reaccionar rápidamente a las expectativas y demandas de evolución constante de los clientes para continuar teniendo éxito en este mercado. En su informe Fujitsu Future Insights – Digital Transformation in Retail argumenta sobre el panorama cambiante del negocio del retail, y señala que la implementación de una transformación digital exitosa se ve como una importante solución que determinará qué retailers sobreviven y qué competidores dejan de seguir siendo relevantes, según el informe.

Además de la naturaleza cambiante del consumo, el informe identifica cuatro megatendencias para los retailers, que pueden ser aprovechadas para crear estrategias diferenciadoras para el futuro:

❖ DISCONTINUIDAD EN LOS VALORES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. Para 2030, habrá seis generaciones concurrentes de consumidores, cada uno con valores y comportamientos diferentes, influenciados por distintas experiencias de tecnología. Los retailers necesitan definir las ofertas en los microsegmentos, que están aún más diferenciados en estas categorías generacionales.

❖ RECUPERACIÓN DEL CONTROL DE LOS DATOS POR PARTE DE LOS CONSUMIDORES. Las transacciones están cada vez más impulsadas por datos personales, lo que brinda a los retailers con plataformas digitales enormes ventajas. Los minoristas deben desarrollar servicios que permitan a las personas controlar mejor su propia información, utilizando tecnologías como blockchain para reconstruir la confianza.

❖ DIVERSIFICAR LAS RELACIONES ENTRE LAS PERSONAS Y LAS MÁQUINAS. Los retailers están entrando en la era en la que cambiará el papel de los empleados, ya que las máquinas se encargan de las tareas más mundanas. Esto creará nuevos valores e impulsará una mayor demanda de profesionales con habilidades en el manejo de IA y otras tecnologías digitales, así como oportunidades en áreas creativas, por ejemplo, estilistas profesionales.

❖ ECOSISTEMAS CENTRADOS EN LAS PERSONAS. Los ecosistemas transversales están surgiendo en muchas otras industrias, incluidos los servicios financieros, la movilidad y la salud. Los retailers con una base sólida de clientes se convertirán en actores claveen estos nuevos ecosistemas, contribuyendo a hacer realidad una sociedad sostenible.

CONTENIDOS↓

> Nuestros grandes **objetivos para 2020** son **consolidar** todas las **nuevas áreas de negocio**, y mantener los niveles de crecimiento actuales
>
> Eduardo Moreno, director general de **MCR**

Robinson, director sénior de Análisis de la Industria de CompTIA.

De acuerdo con el informe, las 10 tendencias que darán forma a la industria TI, su fuerza de trabajo y sus modelos de negocios para el año que viene, son:

❖ El lavado de tecnología se desvanece en favor de una estrategia real.

❖ La diversidad en la fuerza de trabajo crece de muchas maneras.

❖ Los temas tecnológicos estarán en el centro de las elecciones estadounidenses.

❖ La euforia se hace real en la tecnología emergente.

❖ Internet de las Cosas sigue redefiniendo la arquitectura TI.

❖ La Inteligencia Artificial se come el mundo.

❖ La demanda de integración conduce a la demanda de automatización.

❖ La ciberseguridad se vuelve más operativa.

❖ Las falsificaciones profundas y 5G exacerban el desafío de la gestión de datos.

❖ La regulación de la industria tecnológica suscita temores.

"Las tendencias tienden a desarrollarse de manera escalonada", apuntaba Robinson, que añadía que "algunas de las tendencias se encuentran en etapas tempranas mientras que otras están llegando a la madurez. De igual manera, cualquier tendencia simple impactará en las organizaciones en momentos diferentes y de diferentes maneras."

En lo que respecta al canal TI, CompTIA augura que las compañías involucradas en la venta de productos y servicios de tecnología harán frente a otro año de cambio y complejidad. Los factores que han alterado el proceso de venta y compra en los últimos años –competencia de nuevos participantes del mercado y más

> La **oferta de compra** de nuestra compañía por parte del **fondo Apollo** va a suponer un **importante impulso a las estrategias de expansión y consolidación de la empresa**, acelerando nuestro proceso de servicio y diferenciación
>
> Paulí Amat, country manager de **Tech Data** España

opciones para que los clientes elijan– seguirán en juego.

"Las empresas del canal que logren prosperar serán las que invertirán en capacitación de habilidades, amplíen su alcance en el mercado a nuevos clientes y verticales, se asocien con competidores potenciales, y adopten tecnologías emergentes", comentaba Carolyn April, directora sénior de Análisis de la Industria de CompTIA, que añadía que, para muchos "esto significará salir de su zona de confort".

¿QUÉ PODEMOS ESPERAR DE 2020 EN ESPAÑA?

Más allá de las tendencias y de las previsiones de las consultoras, hemos hablado con algunos de los grandes protagonistas del mercado español para que nos den su valoración sobre lo que podemos esperar de este 2020. Así, Ignacio Herrero, director general de AHORA, comenta que "en las últimas semanas cuando se pregunta algo similar, parece que ronda en el ambiente cierto olor a desaceleración. Sin abstraerme de esto, desde nuestro punto de vista, creo que se va a mantener la inercia actual de demanda. En el ámbito de la empresa privada hay mucha actividad, respecto a renovación, evolución o sustitución de sistemas de información, y no creo que se produzca una caída significativa, aunque el contexto económico traiga ciertas incertidumbres. Además, la digitalización supone la oportunidad de ser más eficientes gracias a los beneficios que la tecnología proporciona, por lo que, incluso en tiempos complicados, las

empresas siguen manteniéndola presente en su estrategia. Quizá, en la Administración, se pueda reflejar cierto descenso, ya que el retrasos en la formación de gobierno y ciertos ajustes, puedan incidir negativamente en las licitaciones".

"En todo caso", continúa, "la apuesta constante en llevar al mercado productos y soluciones innovadores y con los menores costes de propiedad posibles, nos ha permitido mantenernos en un constante crecimiento incluso en los momentos de mayor incertidumbre. Así que esperamos que sea un año positivo para el sector, manteniendo una cierta estabilidad y, en ese contexto, nosotros esperamos seguir ganando en visibilidad y presencia".

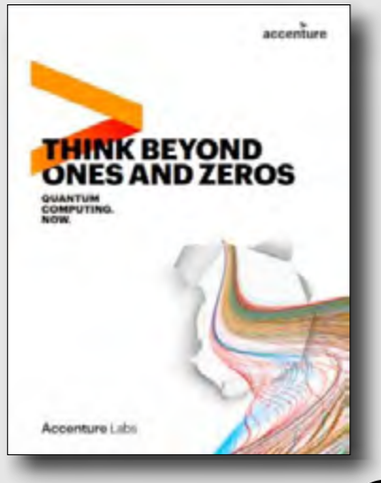
En palabras de Jaime Soler, vice president and Country Chief Executive de Ingram Micro para España y Portugal, "de cara a 2020, podríamos estimar que el segmento tecnológico tendrá un crecimiento similar a 2019, con comportamientos distintos en los mercados de consumo y profesional. El mercado de consumo es mucho más emotivo y por tanto sensible a las informaciones del entorno por lo que consideramos que se mantendrá estable o incluso que pueda tener un leve retroceso, sin embrago, el mercado profesional tendrá unas tasas

considerables de crecimiento gracias a la transformación digital que las empresas están afrontando para no dejar desfasados sus negocios y a la presumible reactivación de la inversión en la Administración Pública".

"Otro punto interesante que puede afectar a los volúmenes de negocio del sector", añade, "es si el consumo de la tecnología se hace como cesión de la propiedad o como servicio. Si se acelera el concepto de As a Service entonces puede suponer factor que limite a la facturación del sector, pero sin duda contribuirá a la mejora de la rentabilidad de este a medio plazo".

En opinión de Eduardo Moreno, director general de MCR, "2019 va a acabar bastante ajustado a las previsiones iniciales, que ya de por sí eran moderadas. El sector en general, y el canal en particular, han perdido algo de alegría conforme avanzaba el año. Pero desde MCR vemos como positivo que en general la tendencia sigue siendo de crecimiento. 2019 ha servido nuevamente para consolidar nuestra posición como primer mayorista nacional y líder en el mercado español de consumo, y esperamos que 2020 siga la misma tónica. Áreas como el gaming, la multimedia, la movilidad o los productos de ocio digital y lifestyle han sido clave para esta

it whitepapers



INFORMÁTICA CUÁNTICA

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

consolidación, y esperamos que 2020 sea similar".

Por su parte, Paulí Amat, country manager de Tech Data España, explica que "2020 va a ser otro buen año para Tech Data. En España seguiremos creciendo por encima de lo que esperamos haga el mercado, repitiéndose la situación de los últimos años, haciendo crecer nuestra cuota de mercado. Además, los grandes temas políticos que han estado afectando a los mercados en este último año parece que se clarifican, desde la formación de un gobierno en España, pasando por la realización del Brexit, y algunos pasos dados recientemente para reducir las tensiones comerciales entre las grandes potencias económicas. Pero, además, la oferta de compra de nuestra compañía por parte del fondo Apollo, que será previsiblemente una realidad en la primera mitad del año 2020, va a suponer un importante impulso a las estrategias de expansión y consolidación de la empresa, acelerando nuestro proceso de servicio y diferenciación, ampliando nuestro portfolio de marcas y servicios y ofreciendo a nuestros partners un conocimiento, eficiencia y alcance sin rival. Vamos a ser una compañía mucho más ágil y podremos trabajar mejor en una estrategia a largo plazo, no centrados en los requisitos trimestrales de los mercados".

> "Las empresas del canal que logren **prosperar** serán las que **invertirán en capacitación de habilidades**, amplíen su alcance en el mercado a **nuevos clientes y verticales**, se asocien con competidores potenciales, y adopten **tecnologías emergentes**"
>
> Carolyn April, directora sénior de Análisis de la Industria de **CompTIA**

Para Carmen Muñoz, directora general de Exclusive Networks, "aunque es cierto que reina cierta intranquilidad en el ambiente, por los rumores de recesión y la inestabilidad política, esperamos seguir la tendencia de crecimiento de este año. Este crecimiento lo esperamos tanto en el área de proyectos de migración al cloud y, por supuesto, en ciberseguridad. De igual modo y como réplica a las necesidades de la red y de los centros de datos, el despliegue de proyectos SD-WAN, de servicios SOC o de proyectos de auditoría y seguridad más cercanos al dato serán tendencia. Igualmente, la creciente cloudificación del centro de datos generará importantes avances en la hibridración de las infraestructuras y en Web Scale, tanto en cómputo como almacenamiento".

AÑO DE GRANDES OBJETIVOS Y PROYECTOS

Así las cosas, ¿qué se plantean nuestros responsables como objetivos o proyectos para el nuevo año? En el caso de Paulí Amat, "el eje fundamental de Tech Data es "añadir valor" al cliente a través de cuatro conceptos básicos y fundamentales máximas: Invertir, Fortalecer, Transformar y Optimizar (negocio volumen y negocio servicios), un horizonte al que se podemos llegar mediante inversiones directas o adquisiciones, sobre todo ahora que dispondremos de más flexibilidad, más recursos y mayor libertad de maniobra si el proceso de compra se culmina.

> Aunque es cierto que **reina cierta intranquilidad** en el ambiente, por los **rumores de recesión y la inestabilidad** política, esperamos seguir la **tendencia de crecimiento de este año**

Carmen Muñoz, directora general de **Exclusive Networks**

Vamos a seguir trabajando en la transformación digital de nuestros clientes y en la nuestra propia, desarrollando y mejorando herramientas, plataformas, procesos y servicios de todo tipo, lanzando nuevas iniciativas a través de programas sencillos de implementar que ofrezcan nuevas oportunidades de negocio".

"El mercado está literalmente lleno de oportunidades de negocio", apunta, "tanto en lo que se refiere a las empresas como a los consumidores, y estamos trabajando para ser más influyentes y necesarios. En muchos de estos mercados, como el IoT, estamos en las primeras fases, y por delante hay muchos años".

Para Carmen Muñoz, "abordamos 2020 con la seguridad de llevar los deberes ya hechos. En este sentido, nuestra estrategia corporativa va a continuar en la misma línea, a fin de consolidarnos como el mayor VAD especialista global en ciberseguridad y cloud, desde la disrupción y el valor. Con esta posición bien definida, vamos a seguir haciendo lo que mejor sabemos hacer: mantener un catálogo tecnológico de primer nivel, mezclando tecnologías disruptivas con aquellas más consolidadas, junto a servicios gestionados de primer nivel, mientras cuidamos y reforzamos, cuando sea necesario, nuestro talento interno. Podemos hablar de tres pilares básicos: las personas, los procesos y las tecnologías. Servicios de valor y disrupción tecnológica seguirán marcando nuestra propuesta de negocio".

Desde la posición de Ignacio Herrero, "seguiremos focalizados en nuestras dos constantes: reforzar el canal de distribución y la mantener la continua evolución de productos. Respecto a lo primero, nuestra apuesta siempre ha sido clara. El modelo colaborativo que llevamos a cabo, marca una diferencia importante con el resto de fabricantes y es clave para proteger tanto a los propios integrantes del canal, como a los clientes finales. Capacidad, cercanía y calidad, son los puntos fuertes de nuestro canal en el cliente. Actualmente ya cubrimos todo el territorio nacional, pero queremos atraer a algunos nuevos integrantes, especialmente en la línea Flexygo, nuestra plataforma LowCode, una tecnología que aporta importantes beneficios a la hora de abordar proyectos a medida de cualquier índole".

Para Jaume Soler, "una de nuestras fortalezas es la cobertura del canal profesional y pensamos seguir manteniendo nuestra apuesta por seguir desarrollándolo, aportando nuevos negocios y soluciones dentro del mundo de la transformación digital. Pensamos que las

inversiones en seguridad y en verticales serán claves para la industria y por tanto para Ingram Micro. Así mismo continuaremos desarrollando servicios para este canal y ampliando nuestra oferta tecnológica. Otro factor importante es dotar de financiación para que todas estas inversiones tecnológicas puedan ponerse en marcha. Nosotros llevamos ya un año apostando fuerte para construir una oferta diferencial, flexible y potente gracias al gran volumen del negocio global de Ingram Micro que nos permite obtener alianzas estratégicas con entidades financieras".

Finaliza Eduardo Moreno, afirmando que, "en primer lugar, actualizar nuestro catálogo y desarrollar una estrategia volcada en llevar al canal una tecnología que avanza hoy más rápido que nunca, tanto en el mundo del consumo como en el terreno profesional. En este último, nuestra división MCR PRO, renovada el pasado mes de marzo, se ha convertido en una referencia en sectores como la empresa o la educación. Y también en 2019 pusimos en marcha nuestra nueva división ab materials, dedicada al mercado de la papelería y el material de oficina, cuyo objetivo es situarnos como mayorista número 1 en un plazo de entre tres y cinco años. En definitiva, nuestros grandes objetivos para 2020 son consolidar todas estas nuevas áreas de negocio, y mantener los niveles de crecimiento actuales". ■

MÁS INFORMACIÓN

- Deloitte: Predicciones TMT para 2020
- Gartner: Top 10 Strategic Technology Trends for 2020
- Gartner: 5 tendencias digitales para 2020
- Fujitsu Future Insights – Digital Transformation in Retail

it whitepapers

ENCUESTA GLOBAL BLOCKCHAIN 2018 DE DELOITTE

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

UNIVERSAL PRIVILEGE MANAGEMENT

Gestión de Sesiones y contraseñas privilegiadas

Acceso remoto seguro

Gestión de privilegios del Endpoint

Soporte Remoto

Auditoria del cambio

BeyondTrust

BeyondTrust es el líder mundial en la gestión de identidades y accesos privilegiados que ofrece un enfoque completo y fluido para prevenir y combatir las brechas e infracciones relacionadas con los privilegios. Nuestra plataforma extensible permite a las organizaciones escalar fácilmente la seguridad de los privilegios a medida que las amenazas evolucionan a través de entornos del Endpoint, servidores, la nube, DevOps y dispositivos de red. BeyondTrust ofrece a las organizaciones la visibilidad y el control que necesitan para reducir el riesgo, alcanzar los objetivos de cumplimiento y aumentar el rendimiento operativo. Tenemos la confianza de mas de 20,000 clientes a través de nuestra red global de partners en el mundo.

Para más información: beyondtrust.com /es

Tendencias en Ciberseguridad para 2020 y el papel del canal

La seguridad no pasa de moda. Es más, con el paso del tiempo, y siguiendo el ritmo creciente que marcan las amenazas, cada vez más dirigidas y peligrosas, es un negocio que ha superado con nota los momentos de zozobra del mercado. Pero en este tiempo, y también motivado por los nuevos caminos que buscan las mencionadas amenazas, la seguridad ha cambiado y el canal, como elemento imprescindible de este negocio, está obligado a cambiar con ella.

Por este motivo, nos hemos sentado en uno de nuestros DebatesIT a hablar con algunos de los principales jugadores en este terreno. Así, contamos en esta ocasión con la presencia de Ángel García, responsable del área de Seguridad y Networking en Arrow ECS España; Jorge López, territory sales manager en BeyondTrust Iberia; Luis Miguel Cañete, director de canal de F5 Iberia; Antonio Anchústegui, responsable de Ciberseguridad de Ingram Micro España; Joaquín Malo, business development manager en IREO; y Sergio Martínez, Iberia regional manager en SonicWall Iberia. Con todos ellos analizamos la evolución de la seguridad de cara a 2020, así como la línea que debe seguir el canal para estar a la altura del reto planteado.

En primer lugar, quisimos preguntarles por la situación actual del mercado de la ciberseguridad en nuestro país. Para Sergio Martínez, "es curioso ver que empresas importantes se han visto afectadas por malware. Algo mal estamos haciendo y nos lleva a preguntarnos dónde está el límite de la inversión, dónde tenemos que poner el foco. Por nuestra parte, estamos viendo algunas tendencias que pensamos que van a prolongarse en 2020, como son el phishing avanzado crece a un 40%. Nosotros ya pensamos que las credenciales son el nuevo perímetro de las compañías. El perímetro tradicional se está diluyendo con la subida a cloud de los datos. Otra tendencia es el tráfico encriptado, casi el 80%, pero menos del 5% de las compañías revisan los paquetes donde están las amenazas (DPL as a Service). Queda mucho recorrido. La tercera tendencia sería el malware en ficheros, a través del correo electrónico. Hemos detectado más de 200.000 variantes diferentes. Y otra tendencia es el crecimiento de la superficie de exposición, toda vez que el perímetro se ha diluido".

Continúa Joaquín Malo, que pone el foco en "la superficie de ataque. Cualquier inversión que se haga no es suficiente. Debemos asumir que la seguridad total no existe. Los atacantes han buscado nuevos vectores de ataque, poniendo el foco en los más débiles y apostando por otros nuevos como la suplantación de identidades, los accesos... nuevos vectores que hacen más difícil garantizar la seguridad total. El perímetro está bien defendido, al igual que el puesto de trabajo, pero se buscan nuevas formas de acceso para

TENDENCIAS EN CIBERSEGURIDAD PARA 2020 Y EL PAPEL DEL CANAL

Clica en la imagen para ver la galería completa

> Contar con **sistemas de seguridad avanzados**, hace que una empresa sea **más competitiva y dé mejor acceso** a sus clientes **a sus servicios**

Ángel García, responsable del área de Seguridad y Networking en **Arrow ECS** España

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

romper las barreras. El vector de ataque es diferente y la protección debe ser diferente. Y ahí es donde se han dado los grandes problemas este año".

Otra tendencia que se ha visto agudizada este año ha sido, en opinión de Antonio Anchústegui, "la monetización de los ataques. Cada vez son más capaces de sacar dinero de los atacados, y eso es algo que tiene que hacer reflexionar a los clientes finales. En el ransomware, por supuesto, pero también en ataques tipo "el timo del CEO", que han tenido mucha incidencia en compañías de todo tamaño. Las empresas deben vigilar quién tiene provilegios para hacer las transferencias, por ejemplo, y que la persona que la haga es quien realmente dice ser. Estamos viendo demasiada laxitud en los controles, y eso genera grandes perjuicios para las empresas y para los empleados".

"También hemos visto", continúa, "algún ataque a herramientas de gestión, algún MSP, que se ha aprovechado para distribuir malware por todos sus clientes, y seguimos viendo ataques a móviles, dispositivos no siempre bien protegidos".

En palabras de Luis Miguel Cañete, "hemos estado viendo ataques de fuerza bruta contra el nivel de acceso, ataques que siguen siendo muy útiles, pero hemos visto cosas nuevas, como secuestro de formularios para captar datos de los usuarios, ataques aprovechando los despliegues de IoT... pero hay ataques que siguen en la parte alta de la lista, como el phishing, que sigue siendo barato y altamente efectivo, a sectores como el financiero, sanidad..., y lo que estamos empezando a ver es que la Transformación Digital está llegando también a ese tipo de ataques, que empiezan a incorporar herramientas de automatización y aprovechar las plataformas existentes para realizar los ataques de la forma más económica y con mayor alcance posible".

Desde la posición de Jorge López, "para 2020 vamos a ver las mismas tendencias que este año, con grandes ataques y

> El modelo de **pago por uso** tiene unas **ventajas** muy claras, y más que el futuro, **es el presente**, pero no olvidemos que **hay que amortizar las inversiones realizadas**
>
> Jorge López, territory sales manager, **BeyondTrust** Iberia

Clica en la imagen para ver la galería completa

otros más personalizados. Además, coincido con lo que se ha comentado, por lo que creo que hay que poner el foco en la protección del último perímetro, proteger la identidad del usuario y sus privilegios. Otro punto importante es el ataque a través de terceros, los proveedores que acceden a las infraestructuras, porque se protege el acceso de los usuarios y los clientes, pero también hay que proteger este tipo de accesos".

Finaliza Ángel García señalando que "el 80% de los ataques llegan a través del correo electrónico. Se suplanta la identidad de los usuarios para obtener un beneficio económico. Toda la migración a cloud traerá nuevos ataques, y el ransomware evolucionará hacia unos ataques más selectivos, no tanto evitando el acceso a determinada información, sino amenazando con publicar dicha información".

UN MERCADO CRECIENTE

Recientemente, Canalys daba en Europa una cifra de crecimiento de doble dígito en 2018, si bien la inversión en seguridad apenas es un 2% del total de inversión en TI. ¿La situación en España es similar? Rompe el hielo Antonio Anchústegui cuando comenta que "las empresas invierten en aquello que les permite incrementar la productividad, y la seguridad es una parte de ello. Pero son los nuevos riesgos los que hacen explicable este crecimiento del negocio de la seguridad".

Para Joaquín Malo, "no podemos olvidar que salimos de una crisis y nos metemos en otra. Las empresas han tomado la decisión de invertir en aquello que les va a permitir ser más productivas, para obtener un ROI más rápido. No se olvida la seguridad, pero no es lo principal. Otro tema importante es crónico, y es que somos más reactivos que proactivos en seguridad. Invertimos más cuando hemos tenido un problema".

"Quizá la inversión en seguridad ha estado muy ligada a elementos clásicos, como el firewall, el antivirus…", continúa Sergio Martínez, que añade que "pero estamos en un momento de cambio trascendental, con una gran migración a cloud, y esto genera un problema interesante para las empresas, cómo protejo un perímetro que ya no existe".

En palabras de Ángel García, "el crecimiento de doble dígito es muy bueno, y ser solo el 2% del total implica una gran oportunidad de crecimiento para los próximos años. La migración a cloud va a permitir mantener este nivel de crecimiento, pero las empresas deben ver la seguridad como una inversión, no como un gasto. Contar con sistemas de segu-

> Creemos que **2020** va a seguir en la **misma línea de 2019**, con clientes que van a tener más claro cómo **securizar su transformación**
>
> Luis Miguel Cañete, director de canal de **F5** Iberia

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

Clica en la imagen para ver la galería completa

ridad avanzados, hace que una empresa sea más competitiva y dé mejor acceso a sus clientes a sus servicios".

"Este dato del 2%", apunta Luis Miguel Cañete, "muestra que los clientes están tomando decisiones de calado en lo que a su Transformación Digital se refiere, lo que ha implicado inversiones extra en el proceso, lo que incrementa el gasto total en TI y, por tanto, reduce el porcentaje dedicado a seguridad. Esto es lógico, porque los niveles de incertidumbre en las compañías en su transformación ha sido importante, y es necesario tener claro hacia dónde van antes de poder securizar, algo que las empresas todavía no han decidido, pero que acabaran llevando a cabo. Por eso creemos que 2020 va a seguir en esta línea, con clientes que van a tener más claro cómo securizar su transformación".

¿LLEGARÁ LA PROACTIVIDAD A LA SEGURIDAD EN ALGÚN MOMENTO?

Recoge el guante en esta pregunta Joaquín Malo, que afirma que "es complicado. Estamos haciendo una labor de concienciación muy importante todos nosotros, y muchos CIO y algún CEO están convencidos, pero no tanto los CFO, que es el que al final ve el retorno de todas las inversiones que haga la empresa. Algunas empresas, incluso, hacen valoración del riesgo, de lo que supone la inversión frente a la pérdida. Lo importante, no obstante, es que crezca el negocio para que también lo haga la seguridad".

"Este análisis te riesgo", apostilla Luis Miguel Cañete, "es la base de cualquier decisión de seguridad que toma cualquier empresa".

Para Jorge López, "cuando hablamos de negocio, los del segmento de la ciberseguridad estamos en el sitio adecuado. Creemos que va a seguir creciendo el negocio, pero necesitamos que las empresas lo van como un catalizador del negocio. Hay que ver si al final se consigue que la seguridad sea uno de los factores decisivos a la hora de apostar por determinados servicios".

> El **partner** debe ofrecer **servicios de seguridad gestionada**, y no es una cuestión de tamaño. Cuanto más **pequeño** es un cliente, más necesidad tiene, porque **no tiene personal especializado**, y ahí es donde **el partner tiene que intervenir**
>
> Antonio Anchústegui, responsable de Ciberseguridad de **Ingram Micro** España

Clica en la imagen para ver la galería completa

SEGURIDAD, ¿FRENO AL NEGOCIO O FACTOR POTENCIADOR?

Algunos han visto en la seguridad un freno, por ejemplo, en la evolución del negocio hacia cloud. Pero ¿esto es realmente así? ¿No es la seguridad más bien un catalizador del negocio? En palabras de Luis Miguel Cañete, "nos hemos encontrado una falsa sensación de seguridad en el mercado con la evolución a cloud. El modelo en cloud es el de una seguridad compartida. Los grandes service providers securizan la infraestructura, pero la seguridad de tus aplicaciones, datos y servicios es responsabilidad tuya. Pero no todos los clientes se leen la letra pequeña que define a los clientes desde dónde es responsabilidad suya esta seguridad, además de que muchos siguen viendo la seguridad de forma tradicional, con la necesidad de protección de un perímetro que ya no existe. Debe haber un reciclaje en muchos profesionales de seguridad, y el canal debe hacer una labor importante de concienciación. Sin olvidar que canales nativos cloud, que hasta ahora no se habían preocupado por la seguridad, van a empezar a hacerlo, creando nuevos roles en el mercado de la seguridad".

"Estamos inmersos en una transformación de productos y servicios", apunta Sergio Martínez, "que lleva todo esto hacia un modelo Zero Trust. La identificación del usuario como clave en el acceso a los aplicativos, datos y servicios en la nube. Hay una gran parte de aplicaciones no controladas por TI en la nube, a las que se accede con una identificación del usuario que no está estandarizada ni integrada con el resto de la organización. Nosotros estamos trabajando, hemos hecho una alianza reciente en este aspecto, para proveer de estas capacidades a nuestros productos y servicios".

Para Ángel García, "el modelo de seguridad compartida es claro, pero el cliente debe limpiar el dato, protegerlo, compartirlo y, sobre todo, cumplir con la normativa. En el momento en que ambos escenarios se integren y funcionen de forma conjunta, veremos un incremento en la evolución hacia entornos de nube".

SEGURIDAD, ¿ON-PREMISE O COMO SERVICIO?

Según las consultoras, el 75% de la seguridad que se vende es en un modelo on-premise. ¿Es suficientemente rápida la evolución a modelos como servicio? ¿Se puede mejorar? Para Antonio Anc-

> Estamos haciendo una **labor de concienciación** muy importante todos nosotros, y **muchos CIO** y **algún CEO** están convencidos, pero **no tanto los CFO**, que es el que al final ve el **retorno de todas las inversiones** que haga la empresa
>
> Joaquín Malo, business development manager en **IREO**

húsegui, "hay varias razones que explican esto. El modelo de cloud pública no está creciendo como se esperaba, crece, pero de forma más lenta a la prevista. Además, sigue habiendo una inversión importante on-premise. Asimismo, hay ciertos desajustes en la compensación de las ventas por parte de los fabricantes, con lo que el cambio de modelo no está tan claro. Porque si no se cambia la forma en que se compensan las ventas a los comerciales, estos seguirán apostando por ventas tradicionales".

"No olvidemos", apunta Luis Miguel Cañete, "que el cliente necesita una certidumbre en cuanto a lo que se va a acabar gastando, algo que no es sencillo con los nuevos modelos. Nosotros hemos incorporado modelos de consumo como los ya tradicionales en el negocio del software. Es importante que los fabricantes evolucionen la forma en que se consumo la tecnología y la forma en la que se comisionan los proyectos".

Nuevamente pone el foco sobre el responsable financiero Joaquín Malo, cuando afirma que "en muchos casos es interesante el nuevo modelo, de hecho estamos vendiendo mucho en esta modalidad, pero no puedes forzar al mercado si este no te acompaña, no en todos sectores, empresas y entornos el pago por uso es válido. Se trata de una decisión financiera que no siempre encaja. Hay que evolucionar, pero no forzar la máquina. Debe ser una opción más, no una opción única. Además, la seguridad depende de la infraestructura, y si esta no ha migrado a cloud, la seguridad tampoco puede hacerlo".

En este sentido, afirma Ángel García, "el cliente es importante, pero también la tracción del fabricante. Según evolucione el mercado iremos viendo como se incrementa el negocio como servicio, pero los dos principales actores deben entender esta dualidad, no solo por la disponibilidad del producto, sino también en cuanto a cómo se comercializa, pensando tam-

> Estamos **creciendo** de forma importante en número de partners, lo que demuestra que **muchas empresas están adentrándose en la seguridad**
>
> Sergio Martínez, Iberia regional manager en **SonicWall** Iberia

Clica en la imagen para ver la galería completa

bién en el tipo y el tamaño del cliente. Estas son las claves de cómo evolucionará".

Para Jorge López, "depende del cliente, porque no hay un fabricante que pueda mover por sí mismo el mercado en este sentido. El modelo de pago por uso tiene unas ventajas muy claras, y más que el futuro, es el presente, pero no olvidemos que hay que amortizar las inversiones realizadas".

"La seguridad no crea tendencias", apunta Joaquín Malo, "protege tendencias. Si la tendencia es la migración a cloud, la seguridad estará ahí para protegerla, pero no es la seguridad la que crea la tendencia de ir a cloud. No depende de nuestra velocidad, sino de la velocidad de otros componentes, no de la seguridad".

EL CANAL ANTE EL RETO DE LA SEGURIDAD

En opinión de Luis Miguel Cañete, "todos nuestros canales están con su propia transformación. Pero vemos diferentes tipos de partners, los tradicionales de seguridad y networking, que han hecho un esfuerzo importante pero deben seguir haciéndolo, y los que además tienen división de sistemas, y para ellos ha sido un año de buscar sinergias. También ha sido un año de identificar nuevos tipos de partners nativos cloud, que hasta ahora se han dedicado a migrar cargas a cloud o a diseñar infraestructuras cloud de sus clientes. Hasta ahora no se habían preocupado por la seguridad, pero ahora comienzan a interesarse por ella".

En palabras de Sergio Martínez, "estamos creciendo de forma importante en número de partners, lo que demuestra que muchas empresas están adentrándose en la seguridad. Además, vamos a lanzar un programa para favorecer la conversión de los partners en prestadores de servicios de seguridad para sus clientes, porque el talento en seguridad es escaso, y hay que compartirlo. Hay que tener otro tipo de aproximación a los clientes en el mundo de la seguridad. Queremos que el partner dé un paso adelante".

"Es importante en este sentido", apunta Ángel García, "el conocimiento por parte de los mayoristas para ayudar a estos partners que están entrando en este tipo de proyectos. Ahí es donde encaja el mayorista, apoyando al partner a partir de una visión 360 de los proyectos. Somos un aliado del partner que encaja donde ellos lo necesitan. Hablamos de proyectos mixtos, con parte on-premise y parte en la nube, con pago por uso y con modelos tradicionales... y nosotros tenemos que apoyar y ayudar al partner en estos proyectos".

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

"Hay partners que están avanzando a un modelo de servicios gestionados de seguridad sin abandonar el modelo tradicional que ofrecía servicio al cliente como valor añadido de la compra del hardware", indica Joaquín Malo, que continúa destacando que "esto es un problema. Si el partner no entiende que lo que ofrece no es un añadido, es un servicio, es un problema. El partner debe poner sobre la mesa su oferta como un servicio, ya sea la instalación, la parametrización, la gestión… Debe poner en valor el servicio".

"Cuando los problemas son complejos", añade Sergio Martínez, "las soluciones deben serlo también. No pueden ser gratuitas".

Pero la realidad está cambiando, en opinión de Ángel Martínez, que apunta que "el margen del producto está cambiando, y el valor que nos va a permitir seguir adelante es responder a la necesidad del clientes. Pero el servicio, es claro, no se puede regalar".

La clave está "en cambiar el mensaje", apunta Joaquín Malo, mientras que Jorge López destaca que "seguir apostando por la venta on-premise no es apostar por el futuro. El canal debe especializarse en servicios, en aprovechar su cercanía y conocimiento del cliente para poder adaptar las soluciones estándar a lo que este necesita. Deben ir a un modelo de servicios, no hay otra opción".

Para Antonio Anchústegui, "el partner debe ofrecer servicios de seguridad gestionada, y no es una cuestión de tamaño. Cuanto más pequeño es un cliente, más necesidad tiene, porque no tiene personal especializado, y ahí es donde el partner tiene que intervenir. Además de formación y herramientas, estamos ofreciendo servicios complementarios para una oferta global de seguridad. ¿Cómo puede un partner obtener negocio de la seguridad? Pues necesita una división específica, y nosotros aportamos la experiencia, el conocimiento y las herramientas para ayudarle".

Todo esto depende del tipo de partner, comenta Ángel García, que añade que, en función del tipo de partner, "tu valor es totalmente diferente. No todos los partners necesitan lo mismo ni tienen los mismos recursos ni conocimientos. Nosotros vamos a estar en todos los proyectos, y vamos a ayudar a los partners en todos los movimientos. Debemos ser la pieza que falta en cada uno de los casos".

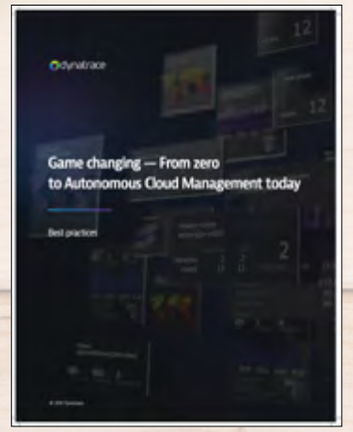
Este reportaje es un resumen del Debate IT. Puedes ver el contenido íntegro de este debate en este vídeo. ■

¿Te ha gustado este reportaje?
Compártelo en redes

MÁS INFORMACIÓN

Tendencias en Ciberseguridad para 2020 y el papel del canal

La documentación TIC, a un solo clic

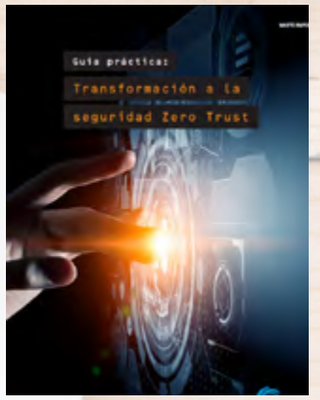


Cambio de juego: cómo lograr una gestión autónoma de la nube

En el mundo digital actual casi todas las empresas son compañías de software, y la mayoría de las organizaciones buscan formas innovadoras de crear nuevos productos o identificar modernas maneras de operar para ser más competitivos. Dynatrace es una firma que vio el cambio digital desde el principio y pasó de entregar software a través de un modelo tradicional on premise, al innovador modelo híbrido-SaaS.

Caso de uso:
Codere ahorra un 27% de su gasto en Azure con Cloud Economics de Crayon

La compañía energética CenterPoint Energy está aprovechando la innovación, incluyendo cosas como contadores y redes inteligentes, para mejorar la calidad de sus servicios de energía. Sin embargo, los sistemas IoT y las transacciones complejas con los clientes generan cantidades enormes de datos, parte central de su estrategia, operaciones e, incluso, identidad.



Transformación a la seguridad Zero Trust

La noción de un perímetro de red, en el que todo el que está fuera de la zona de control de la empresa es malicioso y todo el que se encuentra dentro es honesto y bienintencionado, no es algo en lo que se pueda confiar en el panorama empresarial actual. La amplia adopción de aplicaciones SaaS, la migración a arquitecturas basadas en la nube, un número creciente de usuarios remotos y un flujo cada vez mayor de dispositivos BYOD han convertido la seguridad perimetral en irrelevante.

Cómo el análisis de datos incrementa el valor del negocio y aporta ventajas competitivas

Todas las empresas se encuentran inmersas en procesos de transformación digital, y la red es un elemento fundamental para el éxito. Las organizaciones modernas exigen agilidad y conectividad ininterrumpida, y la red es hoy día el facilitador de cualquier iniciativa digital donde el análisis de datos se ha convertido en un componente absolutamente crítico. Este documento expone cómo las organizaciones que incorporan análisis de datos en su actividad consiguen mejores resultados; con ejemplos prácticos de los sectores de educación, retail, entretenimiento y sanidad.

it whitepapers
it Digital MEDIA GROUP

La tecnología es indispensable en el ámbito de la gestión empresarial, y, concretamente, en el entorno financiero y contable. Con independencia del tamaño y actividad de la empresa, todos los negocios apoyan, en mayor o menor medida, la planificación, ejecución y control de determinadas funciones contables en diferentes aplicativos tecnológicos. No se puede entender ya un departamento de contabilidad sin una herramienta que permita automatizar funciones de reapertura y cierre, registro de facturas, punteos, emisión de documentos, declaraciones, control de ingresos y gastos, etc. De las demandas de los clientes, de la evolución de estas herramientas y de la labor del canal, hemos hablado con AHORA, Datisa, Ekon, Microsoft y Wolters Kluwer.

Software contable y de facturación, un imprescindible para el negocio

Detallar toda la actividad económica de una empresa de forma manual, volcando cada movimiento en su correspondiente libro de registro, es una tarea tediosa, poco práctica y que suele llevar a errores en el cumplimiento de los requerimientos legales y tributarios. Esto, unido a la inmediatez de los nuevos procedimientos para enviar información a la Agencia Tributaria, hacen casi imprescindible la utilización de un software contable y de facturación para la gestión de la empresa.

"Las empresas son cada vez más conscientes de la necesidad de contar con un software de gestión empresarial, es decir, necesitan una solución que reduzca la complejidad financiera de su día a día", asegura Juan Chinchilla, director de la Unidad de Negocio de Business Applications de Microsoft España.

Por su parte, Ignacio Herrero, director general de AHORA, recalca que "las empresas que han tenido una mínima capacidad administrativa siempre han adquirido algún software de contabilidad y/o facturación. Las que no, han descansado estas tareas (al menos la parte contable) en un despacho profesional. Hoy en día, hay muchas opciones muy asequibles, por lo que microempresas y autónomos pueden elegir entre diversas opciones".

LA IMPORTANCIA DEL CUMPLIMIENTO NORMATIVO

No cabe duda de que el creciente grado de madurez digital de las empresas españolas está impulsando la demanda de soluciones de gestión. Pero, además, estas empresas ponen en valor aquellos aplicativos que permiten una actualización de sus funciones en base a los nuevos requerimientos normativos. De hecho, este es uno de los principales requisitos a la hora de seleccionar una plataforma tecnológica que apoye sus procesos de contabilidad y facturación.

Según Isabel Pomar, CEO de Datisa, "los responsables financieros demandan soluciones que muestren no solo la flexibilidad y la agilidad que demandan los nuevos entornos a la hora de ejecutar y hacer más eficientes procesos y operativas, sino que demandan soluciones que sean proactivas y capaces de adaptarse con sencillez y rapidez a las nuevas normativas fiscales".

El ejemplo más reciente es el Sistema Inmediato de información, con el que existe la obligación de presentar las facturas digitalmente prácticamente en el momento en el que se producen. Esto, que no supone una obligación para las empresas más pequeñas hoy en día, es muy posible que cambie en el medio plazo. "Si observamos las tendencias existentes en otros países, es evidente que la Administración evoluciona hacia un modelo más digital, y vamos a ser testigos de multitud de avances en este sentido, sobre todo en los ámbitos contable, fiscal y laboral", apunta Isidro Velis, director de Producto y Servicio a Clientes en Ekon.

Manel Peralta, product manager Cross Domains Wolters Kluwer Tax & Accounting España, también cree que están influyendo especialmente los cambios normativos que están dinamizando y acelerando el flujo de información entre empresas y las Administraciones públicas. "Estos cambios están afectando a la vez a varias áreas de negocio de las empresas, desde el ámbito laboral hasta el fiscal o a la propia facturación. Como ejemplos claros relativamente recientes podemos citar el sistema CRETA, el Suministro Inmediato de Información (SII) y el anunciado Ticket BAI en el País Vasco. En nuestro entorno, Italia, que en 2019 implantó la factura electrónica obligatoria para todas las empresas, es un ejemplo

"Las empresas necesitan una **solución que reduzca la complejidad financiera** de su día a día"

Juan Chinchilla, director de la Unidad de Negocio de Business Applications de **Microsoft** España

de la tendencia que están siguiendo otros países europeos en la misma dirección".

EL TAMAÑO DE LA EMPRESA SÍ IMPORTA

Las empresas son conscientes de la necesidad de utilizar software contable y de facturación, de forma alineada con la necesidad de su negocio y su tamaño. Así, una micropyme es consciente de la importancia de gestionar bien la facturación de sus cobros y pagos, también de su estado de tesorería y cash-flow, pero conforme esta empresa crece, toma consciencia de la necesidad de gestionar mejor otras áreas de su negocio y, por extensión, de usar otro tipo de software: una contabilidad que le permita tomar decisiones de manera correcta, el análisis de sus estados financieros, el reporting contable, la gestión fiscal de modelos, etc.

"Una empresa pequeña o un autónomo se orienta más al software de facturación, porque en muchas ocasiones delega el área contable a su asesor. En cambio, en una empresa de mayor tamaño, con otro tipo de necesidades y de profesionales, entra en juego el software contable", afirma Manel Peralta, de Wolters Kluwer.

Isidro Velis, de Ekon, opina asimismo que la demanda de software contable y de facturación depende mucho del tamaño de la empresa. "Si hablamos de compañías de menos de 10 empleados, posiblemente la facturación sea algo relevante desde el punto de vista estratégico, ya que puede aportar valor a nivel de imagen y, en los casos en los que suponga un modelo innovador respecto a los competidores, puede aportar diferenciación. Quizás no tanto la contabilidad, ya que puede delegarse en algún despacho profesional de confianza. Controlar la facturación, en cambio, supone centrarse en el negocio, más que en temas contables que aportan poco valor añadido a la gestión en sí. A medida que las compañías van creciendo en empleados y facturación, van a ir necesitando sofisticar aspectos como la gestión de cobro, de tesorería, el intercambio de información con bancos, contabilidad tanto analítica como presupuestaria, sistemas de reporting financiero, activos fijos y su amortización, y un largo etcétera. Es en este momento cuando comienza a ser imprescindible".

VERTICALIZACIÓN Y PAPEL DE LOS ISVS

La contabilidad y la facturación son procesos que se repiten con mucha frecuencia en prácticamente todas las empresas con independencia de actividad, sector, o segmento de mercado en el que opere, por lo que es habitual recurrir a soluciones de gestión

"Las **aplicaciones**, más que nunca, están pensadas **para hacerle la vida más sencilla** al usuario"

Ignacio Herrero, director general de **AHORA**

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

estándar. Sin embargo, también existen determinadas organizaciones que presentan particularidades únicas, por lo que precisan el despliegue de una solución vertical que dé respuesta a esas especificidades propias de su entorno, como la hostelería y la restauración, la logística o la construcción.

El uso de herramientas verticales en estos negocios aporta una larga lista de ventajas. Sin embargo, también las soluciones estándar acumulan una serie de beneficios para este tipo de empresas. Desde Datisa se propone no renunciar a lo bueno de cada uno de los dos tipos, para lo que ha optado por incorporar funcionalidades de integración en sus soluciones "genéricas" para facilitar su comunicación con los programas verticales. "Es una tendencia en alza con la que muchas empresas han podido implantar una solución sectorial específica y disfrutar a la vez, por ejemplo, de la mejor gestión financiera o contable posible", asegura la CEO de la compañía.

Por otra parte, en relación al papel de los ISVs, su influencia en el desarrollo de verticalización es básica en las soluciones de facturación. "Esta verticalización es clave para que la solución encaje perfectamente en la empresa y, además, es uno de los valores diferenciales que tiene nuestro canal de ISV. Como fabricantes, debemos garantizar que nuestras soluciones sean totalmente extensibles y conectables por parte de los desarrollos de nuestros partners", subraya Manel Peralta, de Wolters Kluwer, añadiendo que "en el ámbito contable, prevemos escenarios de conexión con soluciones del ecosistema contable que potencien la automatización, la productividad y la explotación de la información".

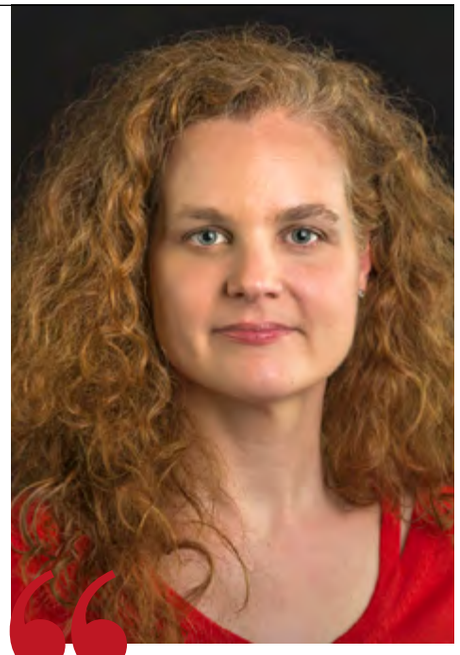
¿QUÉ BUSCAN LOS CLIENTES?

Las empresas son conscientes de la necesidad de aprovechar la tecnología como un elemento que aporta mayor eficacia y eficiencia a su negocio. En el caso de los aplicativos de contabilidad y facturación, básicamente lo que buscan es optimizar y mejorar la eficiencia de los procesos existentes en dichas áreas, pero, también securizar todas sus operativas desde la perspectiva de la confianza. Para Isabel Pomar, de Datisa, "los clientes quieren tener la certeza de estar trabajando con información precisa, veraz y actualizada en tiempo real, y con aplicativos capaces de automatizar todas aquellas tareas relacionadas con la gestión contable, incluso la que tiene que ver con la Administración".

Juan Chinchilla, de Microsoft, también opina que los clientes buscan un software ágil y realmente seguro. "Cuanto más sencillas sean tus soluciones de productividad y seguridad, más fácil será para TI la administración y la protección, para que la experiencia del usuario sea mucho más natural y práctica. De ahí que las empresas busquen soluciones seguras y sencillas".

"Usabilidad, sencillez, funcionalidad ampliada, acceso simple a sus principales indicadores... Las aplicaciones, más que nunca, están pensadas para hacerle la vida más sencilla al usuario", explica Ignacio Herrero, de AHORA. "Otro aspecto clave es la capacidad de integración con el ecosistema digital y que estas aplicaciones estén perfectamente integradas con terceras de diferentes ámbitos, desde conexión con redes sociales y aplicaciones ofimáticas, hasta pasarelas de pago, acceso a informes de solvencia, etc.".

"Las empresas y despachos profesionales también buscan que el software de contabilidad y facturación esté orientado a los workflows de negocio, frente a soluciones desconectadas de la realidad de su empresa; que goce de conectividad, un factor básico teniendo en cuenta los actores que participan en el ecosistema empresarial, y que



> Los clientes quieren tener la **certeza** de estar trabajando con **información precisa, veraz y actualizada**
>
> Isabel Pomar, CEO de **Datisa**

promueva el contacto y la colaboración entre usuarios internos y externos", puntualiza Manel Peralta, de Wolters Kluwer.

Por otra parte, como en otros segmentos de producto, los clientes buscan cada vez más la inmediatez. En el mercado tradicional de soluciones de gestión, en el que los clientes adquirían software con la idea de instalarlo, configurarlo y explotarlo en su propia infraestructura, las compañías se enfrentaban a un proceso largo y costoso. Ahora, existen soluciones SaaS ya desplegadas y listas para ser utilizadas prácticamente de inmediato que, además, no conllevan las inversiones iniciales de antaño.

EL CANAL COMO ASESOR

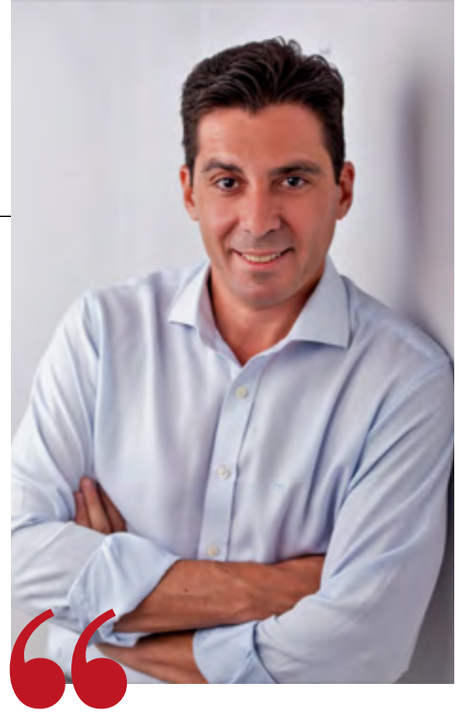
Son muchas las aplicaciones, genéricas y verticales, on-premise y SaaS, a disposición de las empresas, de ahí que las empresas cada vez más tienden a tener un solo partner que dé cobertura a los principales procesos de su negocio.

"No hay una sola respuesta. Por ello, desde Microsoft recomendamos que confíen en la experiencia de los partners especializados con los que contamos en España. Ellos son los auténticos especialistas, con gran cercanía al mercado y a la actividad de cada empresa, que pueden guiar a cada profesional en la elección de las soluciones idóneas para cubrir cada necesidad, su despliegue y su aprovechamiento con las máximas garantías sean estas aplicaciones de negocios y soluciones empresariales on-premise o cloud", sostiene Juan Chinchilla, de Microsoft.

Los principales servicios que debe ofrecer el canal en estas soluciones son consultoría previa a la implantación, extensión de la solución, integración de sistemas externos, formación y capacitación a los usuarios, verticalización, hostings en el caso de soluciones on-premise o modelos híbridos, soporte técnico y funcional, etc.

En el caso de SaaS, el canal poco a poco se ha ido también adaptando al nuevo escenario, aunque no sin ciertas dificultades. No obstante, los fabricantes proporcionan apoyo a todos los niveles para que el proceso de cambio sea lo más natural posible. Desde una atención más personalizada, hasta un apoyo en la prospección y la formación, incluyendo la capacitación en habilidades digitales.

"El paso de soluciones on-premise a SaaS requiere tiempo de adaptación para



Controlar la facturación supone **centrarse en el negocio**, más que en temas contables que aportan poco valor

Isidro Velis, director de Producto y Servicio a Clientes en **Ekon**

todos", explica Manel Peralta, de Wolters Kluwer. "Nuestros partners son empresas que, como tales, deben realizar un proceso de transformación de negocio para adaptar sus servicios a las nuevas necesidades de clientes y también a las nuevas posibilidades que ofrecen las soluciones SaaS. Esto implica también desprenderse de procesos muy interiorizados que ahora dejan de tener tanto sentido y abrirse a nuevas oportunidades de negocio. Inicialmente, estas nuevas oportunidades requieren esfuerzo de transformación o de creación de nuevos skills en el canal, pero una vez superada esta fase inicial, son una oportunidad clara de negocio". ■

¿Te ha gustado este reportaje?
Compártelo en redes

MÁS INFORMACIÓN

- Las empresas españolas pierden dinero por cargas administrativas
- El software de gestión es el más utilizado por las empresas
- Software de gestion y facturación en la nube, una tendencia al alza
- Claves para elegir un buen software de facturación

"El paso de **soluciones on-premise a SaaS requiere tiempo** de adaptación para todos"

Manel Peralta, product manager Cross Domains **Wolters Kluwer** Tax & Accounting España

Innovación constante

La gestión contable y de facturación no es ajena a la adopción de tecnologías emergentes, entre las que no podía faltar la nube. Para Isabel Pomar, de Datisa, "la nube se presenta como una buena opción por su flexibilidad, por la alta escalabilidad que proporciona y por la posibilidad que ofrece de ir dosificando su nivel de inversión tecnológica o, mejor aún, de acogerse a un modelo de explotación tecnológica absolutamente personalizado".

El uso de plataformas cloud democratiza la transformación tecnológica ya que se elimina la barrera de entrada que supone la adquisición de infraestructuras propias y se flexibilizan por completo los recursos. "Gracias a la flexibilidad que ofrece la nube y a la práctica inexistencia de una barrera de entrada, los costes a la hora de adoptar soluciones cloud se ven reducidos, permitiendo a cada empresa elegir únicamente las herramientas que necesite, e ir dimensionando su plataforma o adoptando nuevas funcionalidades según su crecimiento. Además, otra de las ventajas de las soluciones cloud es la actualización constante, lo que supone, además, una mayor seguridad a la hora de gestionar los procesos y cumplir con la normativa", comenta Juan Chinchilla, de Microsoft.

Junto a la nube, las tecnologías de análisis y automatización ya están implantadas desde hace años en el mercado del software. De hecho, Isidro Velis, de Ekon, recalca que "tanto las capacidades analíticas como el concepto de la automatización de tareas en sí mismo, son cualidades exigidas a cualquier tipo de solución de gestión contemporánea, ya que, sin posibilidades de análisis, los sistemas de gestión pierden gran parte de su valor".

Por su parte, Manel Peralta, de Wolters Kluwer, cree que "la Inteligencia Artificial y el Machine Learning nos permitirá dar un salto de fase, probablemente un salto más disruptivo, pero también más potente. Términos como robotic accounting serán una realidad en nuestro mercado en no demasiado tiempo y no solo para automatizar datos sino también para ayudar al usuario en procesos de chequeos contables, de análisis de información o de toma de decisiones".

Otra tecnología que debemos seguir de cerca es Blockchain, en torno a la que están apareciendo varios casos de uso alrededor de la facturación, los cobros y la contabilidad o, por ejemplo, en el uso de smart contracts, que la convierten en una tecnología de alto interés.

it TRENDS

CONTENIDOS

ENERO 2020

2020: nuevos pasos en el viaje digital

UNA PUBLICACIÓN DE it Digital MEDIA GROUP

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 Hilda Gómez, Arantxa Herranz, Reyes Alonso, Ricardo Gómez
Diseño revistas digitales Eva Herrero
Producción audiovisual Favorit Comunicación, Alberto Varet
Fotografía Ania Lewandowska
Clara del Rey, 36 1º A · 28002 Madrid · Tel. 91 601 52 92

2020, en busca de las tecnologías estratégicas para el negocio

Los responsables empresariales, cada vez más caracterizados por un perfil tecnológico e innovador, se enfrentan hoy a un entorno marcado por los cambios, las tendencias tech, la competencia, la incertidumbre y la oportunidad. Arranca 2020, un nuevo año que será para unos el comienzo de una nueva década, con nuevos planes estratégicos a corto, medio y largo plazo, y para otros, el final de un decenio en el que cumplir las metas propuestas ejercicios atrás. Independientemente de cómo lo considere cada uno, los próximos doce meses serán clave para todas -y son muchas- las organizaciones inmersas en procesos de transformación digital. Será, además, un año que constate el ritmo cada vez mayor al que evolucionan las tecnologías.

En IT Trends hemos analizado ese futuro de las tendencias tecnológicas en este número, junto a destacados protagonistas tecnológicos del mercado. Tanto en nuestro Encuentro "Tendencias TI 2020, visionando el futuro", como en nuestros Diálogos IT Trends, HPE, Sothis, ESET, GMV, F5 Networks, Micro Focus y Nutanix, nos han proporcionado las pautas de este entorno tecnológico en el que hoy se mueven las empresas y cómo éstas pueden resolver algunos de los retos a los que tienen que hacer frente en ese movimiento digital. Asimismo, uno de estos desafíos, el de la ciberseguridad, se analiza en el Encuentro IT Trends "Ciberseguridad en 2020, qué debemos esperar", en el que participaron SonicWall, Barracuda Networks, SentinelOne y Check Point.

Además de agradecer a todos los patrocinadores su participación en estas actividades, también queremos hacer partícipes de este agradecimiento a todos aquellos profesionales empresariales y de TI que han colaborado con nosotros en la elaboración del **Informe IT Trends 2020, el año de la consolidación**, que puedes descargar aquí. En este documento se recoge el estado de las iniciativas tecnológicas en las empresas españolas durante 2019, y sus perspectivas de inversión y proyectos TI en 2020.

A todos ellos y a ti, lector de este número de IT Trends, feliz 2020 innovador y digital. ■

Arancha Asenjo
Directora de IT Televisión y Lead Gen Programs

Hewlett Packard
Enterprise

ALMACENAMIENTO HPE 3PAR

Basado en memoria Flash. Hasta un 50 % más rápido*

→ Descubre cómo en

www.hpe.com/es/es/storage/hpe-memory-driven-flash

* Basado en pruebas internas de HPE 3PAR comparado con valores de latencia publicados de Dell PowerMax a 26 de noviembre de 2018.

IT Trends 2020, el año de la consolidación digital

Muchas organizaciones y administraciones públicas se marcaron 2020 como el año para conseguir sus objetivos de transformación digital. Muchas lo han conseguido, pero es cierto que, en el transcurso del desarrollo de dichos planes, han ido surgiendo y cogiendo fuerza nuevas tecnologías y planteamientos.

Con el objetivo de continuar analizando la realidad digital de la empresa española, IT Research llevó a cabo un nuevo estudio entre los lectores de las publicaciones de IT Digital Media Group, para conocer el estado de esas iniciativas digitales y sus planes de implantación de TI para 2020.

El informe **IT Trends 2020, el año de la consolidación digital**, que puede descargarse aquí, constata que la nube puede considerarse ya como la plataforma sobre la que se sustentan la mayor parte de las iniciativas tecnológicas de las empresas, tales como alojamiento de datos, desarrollo de aplicaciones o almacenamiento, convirtiendo así al cloud en un elemento imprescindible en cualquier estrategia de TI, con un modelo híbrido como el preferido por los equipos de IT. Además, muestra que la seguridad seguirá siendo prioritaria en este año en muy diferentes ámbitos (cloud, redes, entorno de trabajo...) y apunta que la Inteligencia Artificial supondrá el gran paso que muchas organizaciones den para innovar en sus diferentes áreas de actuación.

Para complementar esta perspectiva de la realidad digital, hemos elaborado un documento con los principales pronósticos tecnológicos realizados por las consultoras de aquí a unos pocos años, relativos a cinco ámbitos de la TI empresarial: cloud, Edge/IoT, Inteligencia Artificial, seguridad y transformación digital, que reflejan de qué manera la propia evolución de estos segmentos dará lugar a nuevos productos y servicios para el consumidor final, sea éste el ciudadano de a pie o la propia empresa, así como nuevos modelos de negocios que potencien el mercado de TI. Lee aquí Preparándonos para el futuro. ¿Cómo están cambiando las TI empresariales? ■

10 tecnologías de transformación digital para 2020

Este 2020, el panorama de la transformación digital va a sufrir cambios, y las tendencias que han guiado las iniciativas de digitalización de las organizaciones van a salirse de lo que ya se puede considerar tradicional.

La nube, la computación perimetral, Internet of Things y otras tecnologías hasta ahora emergentes comenzarán a establecerse, dejando paso a nuevas innovaciones que impactarán en los siguientes episodios de la era digital.

En el último año las organizaciones han dado grandes pasos en su camino hacia la digitalización y, a lo largo de 2019, conceptos que eran disruptivos hasta ahora, como la nube, la computación perimetral o la automatización se han convertido en algo relativamente habitual. Gran parte de las organizaciones ya han implementado muchas de estas tecnologías o están en proceso de hacerlo, lanzando proyectos piloto en distintas áreas, y su impacto ya se siente y se está asimilando en gran parte de su estructura, con mejores o peores resultados.

Esto ha cambiado completamente la forma de entender los negocios y el papel que tiene la tecnología que hay detrás de todas estas innovaciones. Las mejoras que proporcionan comienzan a notarse y se están asimilando como una realidad inamovible. Todavía quedan por superar problemas como la resistencia al cambio por parte de los trabajadores, especialmente en ciertos sectores, pero se está implantando una mayor conciencia de que el cambio hacia la era de los datos es imparable, y hay que adaptarse a ello para seguir avanzando hacia el futuro.

En este contexto, lo que anteriormente se consideraban tendencias están pasando a ser la tónica habitual del trabajo, a pesar de que quedan retos por afrontar para superar los problemas de trabajar bajo las condiciones de un nuevo paradigma digital. Pero el avance no frena, y las siguientes fases de la transformación digital estarán impulsadas por nuevas tendencias que las empresas comienzan a vislumbrar.

En un reciente artículo publicado por Futurum Research, se analiza en profundidad cómo está cambiando el panorama de las tendencias que mueven los procesos de digitalización en las empresas más avanzadas en este campo, y destacan 10 tendencias que van más allá de las que han dominado estas iniciativas hasta ahora.

No significa que la nube, la IA o las nuevas arquitecturas de datos y computación no vayan a seguir afectando a la forma en que las empresas operan y hacen sus negocios, pero la punta de lanza del cambio y la innovación se va a trasladar a nuevas áreas y tecnologías que los líderes de las empresas deben tener muy presentes si

Cinco tendencias tecnológicas emergentes con un impacto transformador

quieren estar preparados para lo que vendrá a partir de este 2020. Algunas, como 5G, la analítica avanzada de datos o la inteligencia artificial llevan tiempo acaparando titulares, pero todavía tienen mucho recorrido por delante en las próximas etapas de la transformación digital de las organizaciones. Las 10 tendencias que identifican desde Futurum son las siguientes:

1 5G everywhere. Hace tiempo que las redes celulares de comunicaciones están sufriendo problemas de saturación. En los países desarrollados el uso de 4G es masivo y en los que están en vías de desarrollo todavía se usa 3G, con resultados similares. Y las empresas no pueden depender mucho de estas tecnologías para sus operaciones ni para dotar de herramientas a sus trabajadores. Pero 5G promete superar las expectativas de consumidores y organizaciones en capacidad de conexión, ancho de banda, mínima latencia, etc.

Aunque las promesas puedan parecer tan vacías como en las generaciones anteriores, la realidad es que los proveedores de infraestructura para telecomunicaciones están apostando fuerte por llevar 5G a todos los ámbitos de la conectividad global. Las aplicaciones comerciales para las redes móviles están viéndose reforzadas por un gran número de casos de uso empresariales e industriales, que impulsarán el despliegue de esta tecnología en nuevos ámbitos, sustituyendo a las tecnologías actuales, y en muchos casos abriendo nuevos campos para los dispositivos conectados de uso profesional.

Ejemplos de ello se están viendo en las grandes inversiones de firmas de primera línea, como Nokia, Qualcomm, Verizon, AT&T o Huawei que van a ser los principales responsables del despliegue de la tecnología 5G en todo el mundo. Incluso a pesar de los esfuerzos de EEUU por desbancar al gigante chino Huawei, muchos países están decididos a implementar sus tecnologías para lograr un despliegue rápido y efectivo de las nuevas redes. Porque la industria no puede esperar a la resolución de conflictos comerciales con intereses alejados de los suyos, y demanda soluciones ya.

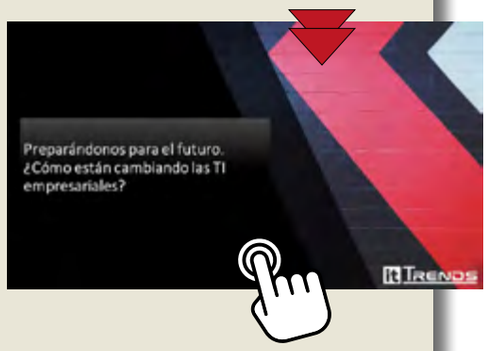
Se tiende a pensar que esto impulsará las ventas de móviles 5G como principal núcleo de negocio, pero las cifras de los principales analistas indican que la penetración de esta nueva generación de smartphones podría ser más lenta de lo esperado. No será así con las aplicaciones en las industrias de fabricación, salud o en los proyectos de SmartCity, que aprovecharán al máximo las nuevas posibilidades para dar conectividad a las tecnologías IoT, una de las innovaciones que más impactarán en sus respectivos ámbitos.

2 Una nueva generación de conexiones WiFi. Al mismo tiempo que las redes celulares están a punto de dar un gran salto evolutivo, lo mismo está sucediendo con las clásicas redes WiFi. La llegada del nuevo estándar WiFi 6, aunque no acapara tantos titulares de prensa como 5G, va a tener un impacto significativo en numerosos ámbitos. Estas redes se usan más en entornos domésticos y de oficina, pero con el gran aumento de velocidad que traerá el nuevo estándar, sus casos de uso industriales podrían multiplicarse rápidamente.

Se espera que las primeras soluciones lleguen al mercado a lo largo de 2020, y los expertos creen que la mayor baza de esta tecnología es que encontrará una gran sinergia con 5G, complemen-

it whitepapers

PREPARÁNDONOS PARA EL FUTURO. ¿CÓMO ESTÁN CAMBIANDO LAS TI EMPRESARIALES?



Las TI empresariales están experimentando importantes cambios, muchos de los cuales se acelerarán en los próximos años. Este documento recoge las principales predicciones tecnológicas en el ámbito de la tecnología corporativa desde 2020 y más allá, y cómo éstas influirán en los modelos de negocio de las empresas, proveedores y mercados.

tando la conectividad externa de esta tecnología celular con un mejor desempeño en interiores. Esto permitiría ofrecer soluciones completas que abarquen todas las necesidades de transmisión inalámbrica de datos, de extremo a extremo.

La velocidad de descarga tres veces más rápida es un gran avance, pero la fuerza de WiFi 6 estará más en su mayor capacidad para proporcionar conexión eficiente a un número muy superior de dispositivos de forma simultánea. Esto es una clave importante, ya que se espera que el volumen de dispositivos conectados en las empresas aumentará de un promedio del 10% al 50%, lo que requerirá más eficiencia, rapidez, ancho de banda y una administración más inteligente de todas esas conexiones.

Además, los expertos creen que en los próximos años el impulso de la tecnología WiFi vendrá dado en gran medida por la necesidad de actualizar los sistemas actuales. Hoy en día, el estándar de WiFi vigente experimenta dificultades para gestionar el creciente volumen de dispositivos conectados, algo que WiFi 6 solventará, independientemente de que la base de dispositivos existentes no cuente con esta tecnología.

3 Analítica para obtener ventajas competitivas. La analítica de datos se está convirtiendo en una herramienta fundamental para campos como la inteligencia de negocio, la experiencia del cliente y otras áreas que se están potenciando con la transformación digital. Según opinan desde Futurum, las empresas que no hayan invertido en analítica para 2020 probablemente tampoco lo harán partir de 2021. Y probablemente estará abocadas a la desaparición, en favor de quienes sí han apostado por aprovechar el valor encerrado en los datos, algo vital para ganar competitividad en la era digital.

Porque la cantidad de datos útiles que generan los clientes y usuarios no para de crecer, y para aprovecharlos es necesario invertir en las tecnologías necesarias para recopilarlos, almacenarlos y procesarlos en el contexto adecuado. Las viejas estrategias comerciales, basadas en el instinto, ahora se demuestran ineficaces frente al poder de las sofisticadas herramientas actuales de analítica. Estas permiten identificar fácilmente tendencias y posibles problemas, lo que lleva a actuar con más agilidad para aprovechar las oportunidades.

Y, tras un tiempo de uso de estas herramientas se está detectando una consolidación de

Se espera que el volumen de dispositivos conectados en las empresas aumentará de un promedio del 10% al 50%

las capacidades de analítica en el ámbito de las empresas tecnológicas, donde las grandes firmas están adquiriendo a pequeños innovadores en estas tecnologías con el fin de dotar de nuevas capacidades a sus soluciones tradicionales. Esta tendencia continuará en los próximos años, ya que los gigantes tecnológicos han descubierto el potencial que tiene la analítica en tiempo real, y hay muchas empresas emergentes especializadas en este campo.

4 IA y machine learning para potenciar la analítica. Todo el avance actual de la analítica de datos se fundamenta en las capacidades mejoradas que aportan la inteligencia artificial y el aprendizaje automático. Estas dos tecnologías, principalmente, son las responsables de llevar la analítica al siguiente nivel, aportando tres valores principales, que en opinión de los expertos son la velocidad, la escala y la conveniencia.

La velocidad y la escala se refieren a la capacidad que aportan la IA y el ML para automatizar el análisis de grandes conjuntos de datos, haciendo que ya no sea necesario asignar grupos enteros de analistas a estos trabajos. Con estos sistemas es posible reducir enormemente los tiempos necesarios para analizar la información, reduciendo a una mera fracción el tiempo invertido en tareas que podrían durar hasta varios años. Todo gracias a los potentes algoritmos actuales, que no solo son más rápidos, sino que se pueden escalar a los enormes volúmenes de información que se manejan en la nube.

Además, la evolución de estas herramientas de analítica se está desarrollando a una velocidad tremenda, y se espera que en los próximos años se acelere aún más, dando como resultado toda una nueva generación de capacidades para el software de analítica potenciado con inteligencia artificial y aprendizaje automático.

5 Blockchain saldrá finalmente del ámbito de las criptomonedas. A pesar de que se están explorando numerosas posibilidades para la tecnología de cadenas de bloques, ésta todavía tiene una fuerte vinculación con el ámbito de la minería de criptodivisas. Pero en los próximos años se verá una importante expansión a otros tipos de transacciones y comunicaciones electrónicas, ya que sus ventajas en materia de

9 tendencias de experiencia digital para 2020

seguridad atraen a nuevos sectores, como las finanzas o las administraciones públicas.

Empresas como Amazon están invirtiendo en democratizar el uso de blockchain mediante modelos de suscripción, y muchas empresas líderes en el ámbito de la tecnología están mirando con interés las posibilidades que podría ofrecerles. Por ejemplo, Samsung, IBM, Microsoft o Alibaba, que están explorando los posibles casos de uso más allá de los pagos y las criptomonedas.

Ejemplos de aplicación exitosa de blockchain se encuentran en la trazabilidad dentro de la industria alimentaria, en el campo de la propiedad intelectual o en la administración de bienes raíces y activos, campos en los que 2020 será un año clave para la implementación de blockchain.

6 Nueva etapa para las soluciones RPA. La automatización robótica de procesos (RPA) está evolucionando gracias a las nuevas tecnologías, y para muchos es la rama más popular de la inteligencia artificial. Su evolución está permitiendo a las organizaciones nuevos niveles de automatización de tareas, agilizando procesos cada vez más complejos y ahorrando mayores costes. Por ello, los expertos creen que 2020 será un buen año para el mercado de soluciones RPA, tanto por el crecimiento de las ventas como por la evolución que están realizando los proveedores más importantes.

2020 será un buen año para el mercado de soluciones RPA, tanto por el crecimiento de las ventas como por la evolución que están realizando los proveedores más importantes

Una de las vías de desarrollo que está cobrando fuerza es la utilización de RPA no para sustituir puestos de trabajo, sino para complementar a los trabajadores para aumentar el valor de la fuerza laboral. Esto no significa que no se destruyan puestos de trabajo al introducir esta fórmula de automatización, pero el objetivo es que la pérdida de empleos sea mínima, y que la automatización robótica de procesos sirva para potenciar las capacidades de los trabajadores restantes.

7 La IA conversacional se convertirá en una interfaz sólida. Aunque se está dando mucho bombo a los asistentes virtuales por voz, la realidad es que todavía no se ha desarrollado un ecosistema lo suficientemente diverso como para poder utilizar esta tecnología como interfaz principal para interactuar con las aplicaciones de negocio. De hecho, muchos se quejan de la dificultad de escribir un simple mensaje sin tener que corregirlo a cada paso. Pero los expertos creen que a partir de 2020 se podrán ver interfaces conversacionales basadas en IA verdaderamente útiles.

En este sentido, destacan los avances que introducirán proyectos como Microsoft Conversational AI, que pretenden crear plataformas con un reconocimiento de voz mucho más preciso, y sobre todo que permita entablar conversaciones complejas, en las que la máquina sea capaz de comprender matices emocionales que creen un contexto básico para la comunicación de los humanos.

Además, en el ámbito del hardware se está avanzando poco a poco en la creación de chips y SOC específicos para los dispositivos inteligentes empleados como interfaz para los asistentes virtuales. Aquí se distingue entre procesadores de lenguaje natural por hardware y dispositivos de captación de sonido especializados, capaces de reconocer la voz en ambientes ruidosos. Los expertos no creen que en 2020 se vean lanzamientos destacables, pero el avance de estas tecnologías continuará de forma discreta, sentando las bases de productos disruptivos que llegarán en unos años.

8 La tecnología de los PCs siempre conectados se convertirá en el estándar. El trabajo en movilidad depende cada vez más de la capacidad de los ordenadores de mantener una buena conexión a las redes, estén donde estén. En este sentido, ha nacido el concepto de ACPC (Always Connected Personal Computer), que pretende establecer como estándar básico uns serie de tecnologías que proporcionen conectividad permanente a los usuarios en movilidad.

Esto supone incorporar chips de comunicaciones LTE (o 5G), que ya existen, pero también avanzar en ciertas tecnologías que faciliten esta conectividad permanente. El principal problema es el consumo de batería, algo muy limitante sobre todo en equipos portátiles de alta potencia, con chips como Intel Core i7 y similares. En este sentido, fabricantes como Qualcomm o Lenovo está trabajando intensamente para diseñar chips de comunicaciones, procesadores y SOC de ultra bajo consumo. Aunque hay otras tecnologías que serán habilitadoras del concepto de ACPC, como nuevas baterías que proporcionen más autonomía en el mismo espacio, y que se puedan cargar rápidamente, como ya sucede con los smartphones y tablets. En opinión de Futurum, en el próximo año podrían llegar tecnologías de batería que ofrecerían autonomías nunca vistas, de incluso varios días. Esto materializaría por primera vez el concepto de ordenador portátil con el que la gente lleva soñando décadas, y supondría un cambio verdaderamente disruptivo en el trabajo en movilidad.

Aunque parece un cambio demasiado radical en una tecnología que avanza muy despacio desde hace muchos años, la de las baterías, y seguramente solo se podrá lograr esto si se mejoran también los consumos de los componentes integrados en estos equipos. Si se logra, habrá que

tener en cuenta que el rango de precios de estos equipos también supondrá una barrera importante para la adopción masiva en las empresas.

9 Normalización de los vehículos conectados y las ciudades inteligentes. Con la llegada de tecnologías como 5G y la computación en el extremo, que lograrán expandirse mucho durante 2020, por fin cobrarán vida ideas que hasta ahora han acaparado muchos titulares, pero que no están dando los resultados esperados. Dos de las más importantes y disruptivas para las personas quizá sean los vehículos conectados y las ciudades inteligentes. Por mucho bombo que se les haya dado, las iniciativas de los gobiernos locales para crear Smart Cities se han limitado a automatizar algunos procesos y a monitorizar mejor ciertas infraestructuras dentro de las ciudades, como puede ser el transporte o los suministros básicos gestionados por la administración.

Algo parecido sucede con los vehículos conectados, que sí generan muchos datos, pero estos no están repercutiendo como deberían en los servicios al conductor. En estos dos campos, la llegada de 5G y de la nueva idea de computación perimetral van a sentar las bases de nuevos niveles de automatización, inteligencia aplicada a los datos y servicios al consumidor y las empresas. Y será a partir de 2020 cuando esto podrá hacerse realidad, aunque dependerá del ritmo de implantación de las redes 5G y de cuánto inviertan las autoridades en infraestructuras en el extremo para hacerse cargo de los datos generados por IoT en Smart Cities y por los vehículos conectados.

La mayoría de los proveedores están transformando el modelo de negocio de TI, tanto local como alojado en instalaciones de terceros y en la nube

Mención aparte merecen los vehículos autónomos, un campo en el que el avance tecnológico de cada fabricante de automóviles está siendo muy dispar. El líder indiscutible es Tesla y, aunque otras marcas están apostando fuerte por construir su ecosistema de coches sin conductor, aún parece que se encuentran muy lejos del nivel alcanzado por la firma de Elon Musk.

10 Tendencias subyacentes que moverán el avance digital. Más allá de las tecnologías puntuales o interrelacionadas que evolucionarán y serán más o menos disruptivas en los próximos años, hay ciertas tendencias generales que se encuentran detrás de la mayoría de cambios a nivel tecnológico, tanto para las empresas como para los gobiernos y los consumidores. Se trata de conceptos que están cambiando la forma de entender el consumo, los negocios y el poder de los datos en la era digital. Desde Futurum distinguen tres tendencias principales:

❖ **Cambio hacia un modelo de "todo como servicio (XaaS)":** esto supone que los proveedores de tecnología, ya sea software, infraestructura o servicios en la nube, van a cambiar su modelo para ofrecer sus soluciones como servicio. Un claro ejemplo de la fuerza que está cobrando esta tendencia es la decisión adoptada por HPE, que ofrecerá toda su cartera de soluciones como servicio para el año 2022, revolucionando el mercado de infraestructura en el que es uno de los líderes mundiales. Y los expertos afirman que la mayoría de los proveedores se están dirigiendo hacia el mismo camino, transformando el modelo de negocio de TI, tanto local como alojado en instalaciones de terceros y en la nube. A esto se acompañará toda una batería de servicios de big data, analítica o blockchain entregados como servicio, facilitando a las empresas la adopción de nuevas tecnologías con un coste más contenido que si lo hiciesen todo por sí mismas.

❖ **Cambio de enfoque hacia la experiencia del usuario/cliente:** este es un campo del que se habla desde hace mucho tiempo, pero que solo ha cobrado verdadera importancia a la luz

del éxito que están cosechando los pioneros en invertir "de verdad" en mejorar su UX/CX para convertir al cliente en el centro de las estrategias comerciales. Con el establecimiento de los modelos de negocio digitales, basados en los datos, muchas organizaciones no se han dado cuenta de que la experiencia de usuario es un factor decisivo para impulsar los negocios, la innovación y la subsistencia, sobre todo en mercados de alta competencia. Pero, a partir de este año, se espera que las organizaciones adopten un enfoque más centrado en el cliente, buscando formas innovadoras de mejorar su experiencia para capturar y retener su interés, y generan una mayor vinculación con la marca. Y esta tendencia impactará directamente en ciertas tecnologías emergentes de diversos campos. Por un lado, en las comunicaciones inalámbricas 5G y WiFi 6 y, por otro, en la mejora de las capacidades de computación necesarias para aplicar la inteligencia artificial, la analítica en tiempo real, el aprendizaje automático y la nube. Pero también en la automatización inteligente y las nuevas interfaces de usuario como la realidad virtual y aumentada y las interfaces conversacionales basadas en IA.

❖ **Privacidad digital:** Con la llegada de nuevas y más restrictivas leyes de protección de datos personales, y con el empoderamiento de los ciudadanos en materia digital, las organizaciones van a llevar a cabo grandes cambios en casi todos los niveles de sus negocios, cada vez más movidos por los datos. Por una parte, ya están invirtiendo en las tecnologías necesarias para mantener la seguridad y la privacidad de los datos de sus clientes, socios y empleados. Por otra, están reconfigurando sus modelos de negocio para mejorar la transparencia, un factor cada vez más importante para generar confianza en los clientes. Además, se está instalando una corriente que pretende aportar beneficios a los clientes que cedan sus datos para fines comerciales o de mejora de servicios, algo que muchos ciudadanos ven con buenos ojos, ahora que saben más acerca de cómo las empresas utilizan su información para ganar dinero de forma directa o indirecta.

Aunque las grandes tecnológicas como Amazon o Google están en posesión de ingentes cantidades de datos de las personas y comercian con ellos, los gobiernos les están presionando con fuerza para que abandonen las clásicas formas de recopilar y utilizar la información, a través de leyes mucho más restrictivas. Esto supone cambiar sus políticas, pero también garantizar la privacidad y seguridad de los datos confidenciales a nivel tecnológico. Esto está ejerciendo mucha influencia en los propios fabricantes de infraestructuras TI y en los prestadores de servicios tecnológicos, que ya están implementando tecnologías para garantizar este nivel de protección, ofreciéndoselas a sus clientes, entre ellos los proveedores de la nube y de redes sociales. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Futurum Research
- 10 tendencias tecnológicas para 2020 (TrendForce)
- Tendencias en infraestructura digital para 2020 (Uptime Institute)
- Cinco tendencias tecnológicas emergentes con un impacto transformador (Gartner)
- 10 predicciones tecnológicas para 2020 (IDC)
- 5 tendencias que revolucionarán los medios de pago en 2020
- 9 tendencias de experiencia digital para 2020
- Future Disrupted: 2020 (Predicciones de disrupción en el futuro para 2020)

Si te ha gustado este artículo, compártelo

TENDENCIAS QUE NO VERÁN LA LUZ EN 2020

Durante 2019 se habló mucho de ciertas tecnologías emergentes que en los próximos años mostrarán un gran potencial disruptivo, generando grandes cambios en la sociedad y en los negocios. Ejemplos de estas tendencias tan atractivas, pero no tan cercanas son los ordenadores cuánticos comerciales, los wearables 5G aplicados al ocio, el deporte o la medicina, o los vehículos autónomos para transporte de personas y mercancías.

Estos se incluyen en el último informe que acaba de publicar la firma ABI Research, en el que aparecen las 54 tendencias tecnológica a tener en cuenta para 2020, entre las que se incluyen 19 que, casi con total seguridad, no verán la luz el año que viene. Todo este avance de tecnologías generará nuevos desafíos para las organizaciones, que deberán racionalizar y enfocar bien sus esfuerzos para sacar partido de las nuevas tecnologías.

En opinión de Stuart Carlaw, director de investigación de ABI Research, "Después de un tumultuoso 2019 que estuvo plagado de muchos desafíos, tanto integrales a los mercados tecnológicos como derivados de la dinámica del mercado global, 2020 parece ser igualmente desafiante". Por ello, afirma que "triunfar en tecnología en el próximo año es importante para los usuarios finales, implementadores y proveedores, para lo que deberán gestionar adecuadamente sus inversiones o enfocar sus estrategias".

Entre las tendencias tecnológicas que probablemente no se materializarán el año que viene destacan la llegada de los wearables 5G, la computación cuántica comercial, los televisores 8K o los camiones autónomos, y otros factores como la consolidación del mercado de IoT o que la computación Edge logre superar a la nube. En cuanto a dispositivos 5G, el año que viene sí se comenzarán a expandir los terminales móviles con esta tecnología de comunicaciones, pero no así otras categorías de dispositivos como los wearables de consumo y para aplicaciones profesionales. Según los expertos, esto no se producirá hasta más o menos el año 2024.

Por su parte, la computación cuántica también está llenando muchos titulares, pero más allá de algunos avances en procesadores y equipos de ciertos proveedores como IBM o Google (y unos pocos más), las tecnologías de computación cuántica solo estarán al alcance de muy pocos durante el año que viene, y por supuesto la informática cuántica comercial no llegará hasta dentro de unos años. En el ámbito del transporte autónomo, por mucho que los fabricantes y las empresas de sectores como la logística se afanen en fomentar la idea de que esta tecnología ya está aquí, la realidad es que aún falta tiempo para que se puedan ver camiones o autobuses autónomos circulando por las carreteras y las ciudades.

El resto de las tendencias tecnológicas que los expertos de ABI Research han descartado de cara al año que viene, como la consolidación del mercado de plataformas IoT o la supremacía de la computación perimetral frente a la nube, podrían o no materializarse, pero desde luego no el año que viene. La gran diversificación de proveedores y servicios en ambos campos dificulta por ahora el proceso, y de momento los analistas no logran estimar con más precisión cómo se desarrollarán las cosas en el futuro cercano.

MÁS INFORMACIÓN

ABI Research

Cuando la empresa se extiende,
los riesgos de seguridad también.

Si tus socios no tienen
la protección adecuada
y tu sistema sigue vigilando
los puntos vulnerables de siempre,
el objetivo del ataque será
el que menos esperas.

SAP Gold Partner

SAPSecure

Aumenta la protección de tu empresa,
protegiendo el centro de tus procesos
de negocio: el ERP.

Sothis

www.sothis.tech

Tendencias TI 2020, visionando el futuro

2020: NUEVOS PASOS EN EL VIAJE DIGITAL

¿Qué tendencias tecnológicas serán imprescindibles en el nuevo año? ¿Cuáles de ellas tendrán un mayor impacto en nuestros negocios? ¿Qué retos traen consigo? ¿Qué beneficios? Para arrojar luz sobre estas cuestiones, Micro Focus, GMV, Sothis y F5 Networks participaron en un debate, retransmitido online, sobre esas tendencias tecnológicas que están dirigiendo el día a día de los negocios. Las estrategias de cloud híbrida se posicionaron como el sustento de la TI empresarial; la ciberseguridad se reveló como hilo conductor de toda estrategia tecnológica; y la Inteligencia Artificial resultó ser el gran paso que dar, si no en este 2020, en los próximos años.

Luis Colino, Director de Preventa para España y Portugal de Micro Focus; Juan Rodríguez, Director General de F5 Networks; Ángel Gavín, Business Partner en GMV; y Catalina Jiménez, directora general de la Unidad de Negocio de Consultoría y Sistemas de Información en Sothis, se reunieron bajo el título de la mesa redonda "Tendencias TI 2020, visionando el futuro", para analizar el estado de las estrategias digitales en las empresas españolas y avanzar cómo se están desarrollando los diferentes planteamientos a nivel tecnología (y negocio) que se están asentando en el mercado.

Situémonos, para empezar, en el punto de partida: 2020, año que será, a priori, definitivo para muchas empresas en su camino a la digitalización. En este contexto, la pregunta surge casi de forma automática: ¿se ha acelerado en los últimos meses la transformación? Luis Colino abrió fuego: "Desde Micro Focus sí creemos que todas las empresas han empezado el proceso. Al menos eso dicen, si bien luego no es tan

ENCUENTRO IT TRENDS: TENDENCIAS TI 2020

"Las tecnologías de IA y machine learning empiezan a ayudar a automatizar todos los procesos de monitorización y gestión, pero recordemos que estos dispositivos abren nuestras organizaciones a nuevos ataques"

Luis Colino, Micro Focus

sencillo. Pero ahora mismo es natural hablar de DevOps, de agilidad, de IoT o de Inteligencia Artificial, lo que indica que la tendencia es clara y que la gente no quiere perder ese tren".

Juan Rodríguez opinó igualmente, aunque recalcó que "aún estamos empezando". "El cambio al digital no es sólo tecnológico, sino operacional y de talento. Cada empresa empieza por donde ve más conveniente", razonó. Una cuestión que Ángel Gavín denominó "cultura de la organización", y que relacionó estrechamente con "las infraestructuras actuales".

Catalina Jiménez se mostró muy de acuerdo con sus compañeros en lo tocante a esta primera pregunta. Para ella, "la transformación digital no es un hito, sino un proceso en el que las empresas entienden que una vez iniciado no hay vuelta atrás, por lo que vas a estar forzado a una constante actualización". Y señaló al tejido empresarial como punta de lanza del cambio: "La Administración aún sufre los coletazos de la crisis, pero la empresa sí ha comenzado a moverse, algo que se nota en el mercado".

Un ritmo algo desigual en una agenda digital, sin embargo, continua e inevitable para todos, que tiene a la nube como el pilar sobre el que se van a sustentar las nuevas tecnologías, pues, como afirmó Juan Rodríguez, "la situación del Cloud es real". "Hoy la tendencia es un entorno híbrido, de modo que podemos ir a muchos entornos cloud dependiendo del modelo de negocio", aseguró.

Este panorama "múltiple" genera interesantes retos. El representante de F5 Networks señaló dos. Por un lado, la dificultad para dar pasos atrás después de marchar a Cloud, ya que muchas veces "hay multitud de herramientas para migrar cargas de trabajo a la nube, pero no hay posibilidad de retorno". Por otro, la visibilidad de la gestión, ya que "cuando uno lee la letra pequeña de los contratos, ve que el tema de la seguridad y la gestión es compartida". "Uno cree que cuando migra a la nube se lo van a hacer todo, y no es así. Estás obligado a compartir riesgos", adujo.

A estos dos factores, Ángel Gavín añadió la ciberseguridad: "Cuando te mueves a entornos nuevos y cambias de proveedor se revela un nuevo componente, que es transversal. Por eso, antes de movernos debemos preguntarnos qué vulnerabilidades podemos tener". Una tesitura que llevó a Catalina Jiménez a defender como fundamental la estrategia: "Es esencial para los clientes tener claro el camino multicloud que van a transitar, porque tratamos con varios proveedores, pero actualmente no tenemos todas las herramientas que podrían permitirnos la versatilidad necesaria en ese proceso", dijo.

UN EXTREMO GENERADOR DE DATOS QUE GANA PROTAGONISMO EN LA TI EMPRESARIAL

Aclarados los puntos más candentes del centro, pasamos al extremo, pues se estima que para

2023 habrá 44.000 millones de dispositivos conectados a Internet. ¿Cómo va a impactar IoT en el resto de las infraestructuras de TI? Ángel Gavín fue el encargado de empezar la ronda de respuestas. Según el Business Partner de GMV, "lo importante son los datos". "Hay que entender cuáles son beneficiosos para nuestro negocio y cuáles no, pues no se trata de acumular información por acumular", aseveró.

Catalina Jiménez, puso el acento en "una capacidad cada vez mayor de almacenamiento y de cómputo que nos obliga a saber qué dispositivo tenemos, qué dato vamos a tener y en qué parte de la cadena lo voy a gestionar". Además, trajo a colación el 5G, pues, según la representante de Sothis, "si son fundamentales las comunicaciones, también lo es que sea viable que esa multitud de dispositivos conectados puedan transmitir información a la vez".

Luis Colino, a la importancia del dato, le sumó la de las operaciones y la seguridad. "Creo que TI tiene un reto importante, y las tecnologías de IA y machine learning, que empiezan a ayudar a automatizar todos los procesos de monitorización y gestión, son claves, pero recordemos que estos dispositivos abren nuestras organizaciones a nuevos ataques", argumentó.

"Nosotros, desde F5, vemos dos vertientes", comentó Juan Rodríguez. "Una es la infraestructura pura, como 5G o los CPDs, que van a ser llevados al extremo con todos sus datos. Otra es la parte de los dispositivos, donde vemos dos grandes diferencias. La primera está relacionada con industria, que se está consumiendo en modo servicio. La otra es la parte del consumidor, que cada vez va a tener más elementos inteligentes a su disposición. Será fundamental proteger estos dispositivos en un futuro", sentenció.

Un cambio de paradigma que repercutirá, obviamente, en los negocios; contexto en el que vuelve a destacar, cómo no, la seguridad. Así lo explica Catalina Jiménez: "Nosotros, en Sothis, tenemos una concienciación muy grande con la gestión de los datos y la información. Para que ésta sea efectiva es vital garantizar la seguridad. La información la clasificamos en base a su criticidad, lo que genera un mapa que nos ayuda a saber cómo almacenar la información de la mejor manera. Algo especialmente importante en un ámbito multicloud".

Luis Colino, por su parte, explicó que, para su compañía, el ciclo de vida del dato es un todo. "Desde su captura, que nos permite inocular información en nuestra base de datos, al tratado y securización, todo debe formar parte de la cadena, y va incluido en nuestras soluciones. A lo que hay que sumar la parte de la que nadie habla: disaster recovery. ¿Qué hacemos cuando realmente nos han atacado? Hay que garantizar el backup lo más rápido posible", aseveró.

"Hace años algunos se veía IA como un lujo, pero hoy es una necesidad. O estás ahí, o vas a desaparecer en cuestión de nada, casi por puro darwinismo"

Ángel Gavín, GMV

"Una capacidad cada vez mayor de almacenamiento y de cómputo nos obliga a saber qué dispositivo tenemos, qué dato vamos a tener y en qué parte de la cadena lo voy a gestionar"

CATALINA JIMÉNEZ, SOTHIS

En este contexto, Juan Rodríguez recordó que "los dos principales assets son la aplicación y el dato. Sin embargo, el panorama está cambiando: ya no tenemos únicamente aplicaciones monolíticas. Están en diversos ámbitos y no sabemos qué es lo que hace cada una. Lo que nosotros proponemos es hacer visible la trazabilidad de esas aplicaciones. La posibilidad de que tu aplicación escale, la tengas securizada en cualquier lugar y puedas cambiar desde el código tradicional monolítico a un entorno de veinte líneas que puedes compartir entre diferentes departamentos nos parece el gran reto", expuso.

Ángel Gavín coincidió con todas estas opiniones, pero subrayó la importancia de la moral: "Yo creo que hacia la ética también nos vamos a mover. No todo es posible. Si vamos a usar un software o una aplicación para contratación de personal, es importante que no haya un sesgo en los datos. En GMV tenemos experiencia en datos médicos, que son muy sensibles. Ese dato pasa por un gabinete deontológico que señala si lo que se quiere hacer sobre esa información es o no factible".

Un futuro disruptivo en el ámbito de las aplicaciones que precisa de un componente moral acaso peleado con la velocidad a la que todo se va a producir si nos atenemos a la opinión de Catalina Jiménez, quien aseguró que "la gran ruptura en el desarrollo de software vendrá dada por la velocidad para cerrar el ciclo del dato". "El futuro va a ser muy disruptivo en el desarrollo de aplicaciones. Pasaremos de procesos manuales a otros mucho más automáticos donde va a ser esencial la interacción del desarrollador con el usuario final para que los tiempos de producción se vuelvan muy cortos", explicó la portavoz de Sothis.

Al hilo de esta reflexión, Rodríguez, de F5, agregó que "en dos o tres años los datos de nuestras aplicaciones dependerán de terceras empresas, lo que implica un grado de seguridad muy alto que no todas las compañías aún entienden". Mientras que Luis Colino, de Micro Focus, sostuvo que "el problema principal de las organizaciones es la escalabilidad, ya que la mayoría de los negocios tienen un background que no es fácil de agilizar".

OBJETIVO: INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Entonces, ¿cómo abrazar una IA que, para 2022, se postula como la principal iniciativa de transformación de IT? ¿Hay razones para que las organizaciones estén preocupadas ante la llegada de la automatización de los procesos? Colino se muestra tajante: "El tema no es si están o no preocupadas, es que lo necesitan. Hoy ya hablamos de tendencias que hacen imposible el trabajo manual tradicional. ¡Hasta la seguridad de la empresa pasa por la Inteligencia Artificial!".

"La posibilidad de que tu aplicación escale, la tengas securizada en cualquier lugar y puedas cambiar desde el código tradicional monolítico a un entorno de veinte líneas que puedes compartir entre diferentes departamentos, es el gran reto"

JUAN RODRÍGUEZ, F5 NETWORKS

En esa misma línea se movió Gavín, de GMV, cuando aseguró que "hace años algunos se veía IA como un lujo, pero hoy es una necesidad". "O estás ahí, o vas a desaparecer en cuestión de nada, casi por puro darwinismo. Hoy es ridículo hacer trabajos que una máquina hace mejor que un hombre. Ese capital humano se puede invertir en otras labores".

Por último, ¿qué tendencias marcarán definitivamente 2020? Según Catalina Jiménez, "la movilidad en el trabajo, que hará al empleado más eficiente, la IA, la gobernanza del dato, la seguridad y el desarrollo de aplicaciones orientadas al entorno multicloud". Para Luis Colino y Ángel Gavín la clave será IA, si bien el primero también menciona la robotización y el segundo apuesta por Everything as a Service. Y Juan Rodríguez, por su parte, afirma que veremos cómo "el departamento IT se va a acercar al negocio, incluso tomando decisiones que afectan a la empresa".

Accede aquí a la grabación de este debate, y escucha cómo ven el futuro tecnológico Micro Focus, GMV, Sothis y F5 Networks. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Tendencias TI 2020, visionando el futuro
- Informe IT Trends 2020

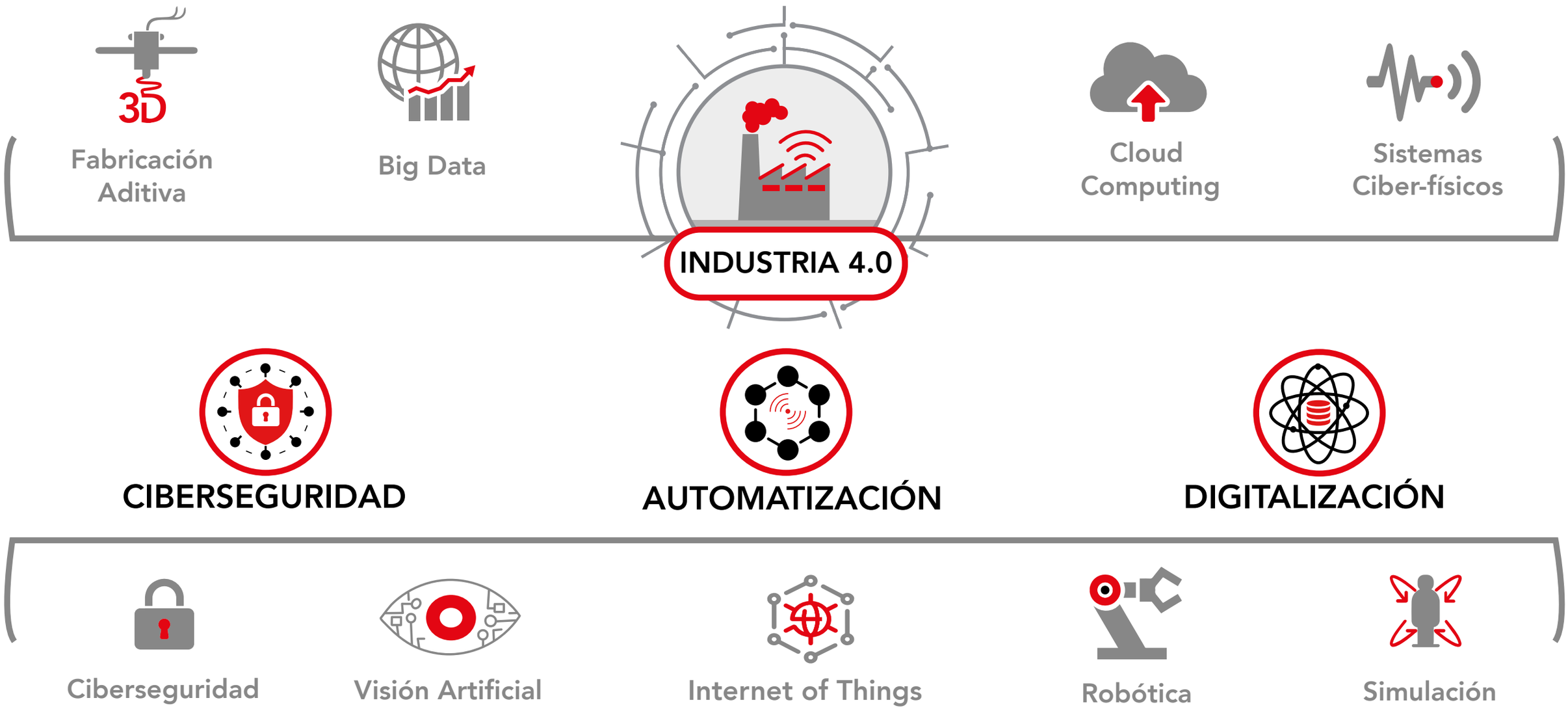
INFORME IT TRENDS 2020, EL AÑO DE LA CONSOLIDACIÓN DIGITAL

2020 se presenta como el año de consolidación para muchas de las estrategias de digitalización puestas en marcha por las organizaciones. Esta nueva edición del Informe IT Trends muestra la realidad digital de la empresa y sus planes de inversión y despliegue tecnológico en 2020. Según esta encuesta, seguridad y cloud serán las principales áreas de inversión en TI durante 2020Descubre otros datos en el informe.

Si te ha gustado este artículo, compártelo

IMPULSANDO LA INDUSTRIA 4.0

NUEVOS RETOS, NUEVAS SOLUCIONES



www.gmv.es

gmv®
INNOVATING SOLUTIONS

Ciberseguridad en 2020, ¿qué debemos esperar?

La tecnología evoluciona a golpe de ratón, a velocidad de gigabit y con la seguridad a la zaga. El ransomware se mantiene como una de las principales amenazas a las que se enfrentan las empresas mientas las plataformas sin servidor, o serverless, y los contenedores amplían la superficie de ataque.

El gasto mundial en hardware, software y servicios relacionados con la seguridad ha crecido una media anual del 9,2% entre 2018 y 2022, hasta los 133.800 millones para 2022, según datos de IDC. Las previsiones, lanzadas a mediados de 2019, son más conservadoras que las realizadas por Gartner en agosto de 2018 para ese año y 2019. Mientras que Gartner pronosticaba que el gasto global de 2019 sería de 124.000 millones, el pronóstico de IDC para 2019 era de 103.100 millones de dólares. Ambas compañías están de acuerdo en una cosa: el crecimiento del gasto en servicios de seguridad gestionados continuará.

Para profundizar en lo que nos depara 2020 en lo que a ciberseguridad se refiere hemos reunido un grupo de expertos en torno a los #EncuentrosITTrends, empezando por Sergio Martínez, Country Manager, SonicWall Iberia; Miguel López, Country Manager, Barracuda Networks; Mario García, Country Manager, Check Point, y Ovanes Mikhaylov, Country Manager, SentinelOne.

Arrancamos el debate preguntando a los expertos cuáles son las principales amenazas de seguridad a las que se están enfrentando las empresas. Menciona Sergio Martínez el phishing avanzado dirigido sobre todo a la búsqueda del robo de credenciales, el malware desconocido, el tráfico cifrado, así como el incremento exponencial de la superficie de ataque, apuntando de esta manera al Shadow IT.

"Uno de los grandes focos de problemas este año va a estar alrededor del correo electrónico", dice Miguel López. Añade el responsable de Barracuda Networks que estos ataques buscan siempre comprometer la información

CIBERSEGURIDAD EN 2020, ¿QUÉ DEBEMOS ESPERAR?

de la empresa, información que se puede monetizar. Siendo el correo electrónico el principal vector de ataque, asegura Miguel López que los datos muestran que son muchas las compañías que se están quedando atrás a la hora de protegerlo. Los ataques vía web y el cloud, donde no termina de entenderse el modelo de seguridad compartida, son otra gran fuente de problemas de seguridad.

Mario García explica que hay que hacer frente a la seguridad de una manera holística teniendo en cuenta tanto el cloud, como el email, los servidores web, móviles... "Y sobre todo tienes que enfrentarte a este problema pensando que los que están al otro lado son profesionales" y por lo tanto te atacarán de todas las maneras posibles, en cualquier momento y en todas partes.

Ovanes Mikhaylov destaca que no se han visto muchas amenazas nuevas en los últimos años, "pero se ha cambiado el perímetro corporativo". Ahora el ataque actual es un ataque híbrido, avanzado, que utiliza unas técnicas multi-vector y con ciberdelincuentes cada vez más comprometidos que seguirán apostando por el ransomware, el IoT y ataques sin ficheros, mucho más difíciles de detectar.

El phishing, el spam, el ransomware... siguen funcionando, ¿qué es lo que no se está haciendo?

No es que los ataques sean más sofisticados o novedosos, probablemente la diferencia es que están más coordinados, dice Miguel López, añadiendo que son ataques mucho más dirigidos y personalizados, que aprovechan el contexto social para que sean mucho más exitosos. "La combinación de ingeniería social con ataques tradicionales es lo que está haciendo que sean ataques más agresivos y lo que es necesario es combinar una mejor formación del equipo humano e implementar nuevas tecnologías en la detección de estos ataques", asegura el directivo.

Coincidiendo en que los ataques son mucho más inteligentes, dice Mario García que el principal problema está "en la falta de defensas", y hace referencia a los ataques sufridos por organismos y empresas españoles que habían sido advertidos de que se enfrentaban a una posible brecha de seguridad. No se trata tanto de falta de concienciación como falta de sensación de urgencia, asegura el responsable de Check Point Iberia.

Apunta Sergio Martínez que también hay que tener en cuenta que a veces las empresas sí que han invertido en soluciones de seguridad, pero que la configuración es muy deficiente. "Estamos inmersos en un mundo donde van a pasar muchas más cosas", comenta el director general de SonicWall Iberia.

"Hay que dar un paso más allá", dice Ovanes Mikhaylov, apuntando a que medidas de seguridad como el antivirus tradicional se quedan cortas. "¿Valen las soluciones que antes de ayer valían o hay que avanzar?", cuestiona el directivo de SentinelOne, apuntando a que

"La seguridad tiene que ser mucho más holística y tienes que enfrentarte a este problema pensando que los que están al otro lado son profesionales"

MARIO GARCÍA, COUNTRY MANAGER, CHECK POINT IBERIA

el endpoint debe ir hacia soluciones EDR (Endpoint Detection and Response).

Uno de los problemas a los que se enfrenta el sector en general, dice Miguel López, es que los clientes no están sabiendo gestionar bien, y a través del canal adecuado, lo que es la infraestructura de ciberseguridad. "Cualquier herramienta tecnológica por buena que sea tiene que estar correctamente desplegada y mantenida, y eso en muchas ocasiones se olvida", así como la concienciación del usuario final. Respecto a esto último aboga Sergio Martínez por "diseñar la defensa de las compañías y las organizaciones pensando en que va a pasar un incidente tarde o temprano", y por tanto pensar en una defensa por capas y en profundidad.

2020, ¿EL AÑO DE LA SEGURIDAD DEL CLOUD?

Se ha avanzado mucho, "pero es increíble lo que yo sigo viendo en empresas, que montan una tienda en el cloud y no tienen nada, ni siquiera un sistema que te analice si estás seguro o no", dice Mario García, añadiendo que sigue habiendo muchos agujeros en la nube. Dice además que cuesta ser un buen experto en seguridad y ser un buen experto en cloud, y que encontrar profesionales con capacidades en ambas ramas es complicado.

Asegura Ovanes Mikhaylov que el cloud es una realidad y que este 2020 es el año del cambio, cuando se apueste por más en seguridad.

Explica Sergio Martínez que el problema del cloud es de visibilidad, qué está pasando dentro de una empresa, quién utiliza qué y para qué; a lo que se suma que se confía en que sea el proveedor del servicio cloud quien protege, cuando no es así. Menciona asimismo otros problemas del cloud como es el robo de credenciales y el compliance. "Este año va a ser uno de los primeros en los que vamos a ver un gran despliegue de seguridad en el cloud", asegura el responsable de SonicWall en Iberia.

"Este año seguiremos con las mismas tendencias de ransomware porque es un modelo perfecto para los cibercriminales, y vamos a ver más ataques sin fichero"

OVANES MIKHAYLOV, COUNTRY MANAGER, SENTINELONE

"Cualquier herramienta tecnológica, por buena que sea, tiene que estar correctamente desplegada y mantenida, y eso en muchas ocasiones se olvida"

MIGUEL LÓPEZ, COUNTRY MANAGER, BARRACUDA NETWORKS

Frente a grande amenazas, grandes soluciones

Al finalizar el debate pedimos a nuestros expertos que expongan sus propuestas y consejos para proteger a las empresas en 2020.

SENTINELONE. Quisiera destacar todas las técnicas de protección basadas en comportamiento para hacer frente a las amenazas actuales. En relación con el IoT, este año deberíamos al menos ser conscientes de lo que hay en mis infraestructuras y cómo lo podemos controlar. Y, por último, respecto a la adopción del cloud, debería tenerse claro si nuestro Dropbox, por ejemplo, podría hacer frente a un ransomware para estar preparados y tener claro qué nivel de protección deberían adoptar las empresas.

CHECK POINT. Hay que abordar la seguridad de una manera diferente. El primer paso sería intentar consolidar el mayor número de tecnologías de tal manera que sea capaz de tener menos expertos; segundo, que esa consolidación permita compartir mejor la información y eso me permita estar más seguro simplemente por tener una solución global; y esto combinado con una forma diferente de contratar la seguridad que me permitiera protegerlo todo, en un mismo contrato que contemple todos los elementos a securizar.

BARRACUDA NETWORKS. Uno de los grandes retos es el que las empresas se planteen la seguridad como un elemento más de su cadena productiva y contar con recursos. Hay tres grandes áreas donde es necesario y más urgente invertir: el correo electrónico, el frontal web y los entornos de cloud, y es muy importante el reivindicar el valor del canal en ese proceso. Los partners son los que realmente pueden suplir esa ausencia de recursos correctamente formados en seguridad.

SONICWALL. Estamos en un entorno en el que muchos ataques son de tipo desconocido y tenemos que ser capaces de detectar ese tipo de ataques con herramientas avanzadas. El objetivo es adoptar un conjunto de tecnologías para construir una defensa multicapa empezando por el firewall de nueva generación, siguiendo por el email, el cloud, WiFi, endpoint… añadiendo sistemas de autenticación que permitan saber en todo momento quién está detrás, así como arquitecturas ZeroTrust.

"El phishing avanzado, dirigido sobre todo al robo de credenciales, es una de las principales amenazas de seguridad"

SERGIO MARTÍNEZ, COUNTRY MANAGER, SONICWALL

Mientras que en la parte de cloud tradicional puede ser que no haya tanta concienciación o esté menos desarrollado, "ya hay muchísimos clientes que son conscientes de la seguridad en despliegues as-a-service" como Office 365 o G-Suite, dice Miguel López, añadiendo que la concienciación existe y que las previsiones son muy buenas. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Las empresas deberán repensar sus enfoques de seguridad de red y cloud
- 2020 será un año clave para pasar a planteamientos más proactivos en ciberseguridad
- Desinformación, ransomware y botnets IoT, entre las amenazas que veremos este año
- La seguridad por capas actual
- Cybersecurity Report 2020
- Suplantación de identidad personalizada: Principales amenazas y tendencias
- SentinelOne ActiveEDR

PREDICCIONES DE CIBERSEGURIDAD 2020

¿A qué amenazas de seguridad se enfrentan las empresas en 2020? De los deepfakes dicen que el reconocimiento facial impulsado por la IA también se está utilizando para producir medios deepfakes capaces de engañar a humanos y máquinas; de las estafas BEC que aún son más rentables que el ransomware y de la autenticación multifactor (MFA) que se convertirá en un control de seguridad estándar para las empresas medianas en 2020. Mucho más en el informe.

Si te ha gustado este artículo, compártelo

Diálogos it TRENDS

"Apostamos por el modo híbrido: conocer la mejor arquitectura para cada carga de trabajo", Jorge Lorenzo, HPE

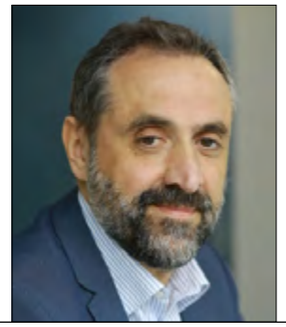
"Las tendencias tecnológicas en 2020 vendrán marcadas por la necesidad de ser más eficientes y productivos", Catalina Jiménez, Sothis

"Cada vez funcionan mejor las amenazas híbridas" , Josep Albors, ESET

"Homogeneizar y simplificar son las claves para aprovechar la nube pública", Alejandro Solana, Nutanix

Automatizar. Hoy mejor que mañana…

José Antonio Fernández,
Responsable de servicios Hybrid IT de HPE Pointnext Services



Si yo fuera el CIO de una compañía donde las infraestructuras y los recursos de IT estuvieran medianamente consolidados, y me preguntaran: ¿Cuál es tu propuesta de prioridades de inversión en IT para el año que viene? Mi respuesta sería rápida y contundente: Automatización, sin lugar a dudas. Y como CIO, no solo lo diría yo, lo dicen las grandes consultoras del sector. Así, Gartner, vaticina en su informe de predicción de 2019 que para el año que viene, más del 50% de las tareas manuales en los servicios gestionados de infraestructura, serán reemplazados por servicios automatizados. Igualmente, Forrester en otro estudio reciente, indica que en casos reales de implantación agresiva de automatización, el ROI obtenido fue superior al 140%, siendo su periodo de retorno menor a 3 meses. Es decir, ya sea porque es el área donde mejor rentabilizar las inversiones de IT, ya sea porque es una "oleada tecnológica" inminente, en la que hay que estar preparados, o sea simplemente por usar todas las funcionalidades que nos ofrecen las nuevas tecnologías en hardware y software que adquirimos, la automatización es la apuesta ganadora.

Ahora bien, automatizar está bien, pero y ¿Orquestar? Porque orquestar es otro nivel. Pasamos de las tareas, las acciones, los scripts, los ficheros de comandos a los procesos, a la toma de decisiones, a la coordinación, a los flujos, y eso es harina de otro costal. Pero está claro que, acciones de este tipo a mayor nivel, conllevan mayores beneficios a medio y largo plazo.

Y una vez que nos decidimos por automatizar (y también orquestar), viene el siguiente dilema: ¿Cuánto control quiero tener sobre todo ello? O dicho de otra manera, ¿Cuánto control sobre mi IT estoy dispuesto a perder en aras de conseguir automatización y orquestación de manera rápida? Si no me preocupa y tengo suficientes grados de libertad (es decir, puedo cambiar o adaptar parte de mis flujos y procesos internos), ahí tenemos

“¿Cuánto control sobre mi IT estoy dispuesto a perder en aras de conseguir automatización y orquestación de manera rápida?”

la oferta de Cloud Pública, el “pack” de automatización, a diferentes niveles y en diferentes áreas. Dependiendo del tipo de servicio consumido, deberemos integrar y orquestar esta parte externa, con el resto de mi IT, también de forma automática.

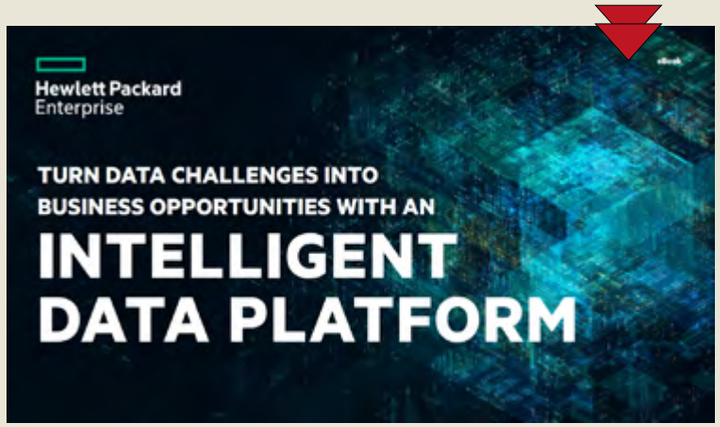
Pero si esto no es así, si los procesos o “workflows” de mi compañía son un activo de valor, sobre los que debe haber un control integral, tendremos que empezar a pensar en automatizar y orquestar de otra forma, de manera interna. Y aquí entran en juego conceptos fundamentales a tener en cuenta desde el mismo comienzo de la iniciativa de automatización: Estrategia, Metodología, Roadmap, Esponsorización, Herramientas, Industrialización, Cultura de automatización, Gestión del cambio, Monitorización y KPIs,...y si todo esto se complementa con un compañero de viaje con experiencia y conocimiento real en la materia (lo que se denomina “socio tecnológico”), el camino será más fácil. Y eso es lo que ofrecemos desde HPE Pointnext Services. Una aproximación holística e integral para automatizar.

Si quieres o necesitas empezar en la automatización: Hoy mejor que mañana. ■

Si te ha gustado este artículo, compártelo

it whitepapers

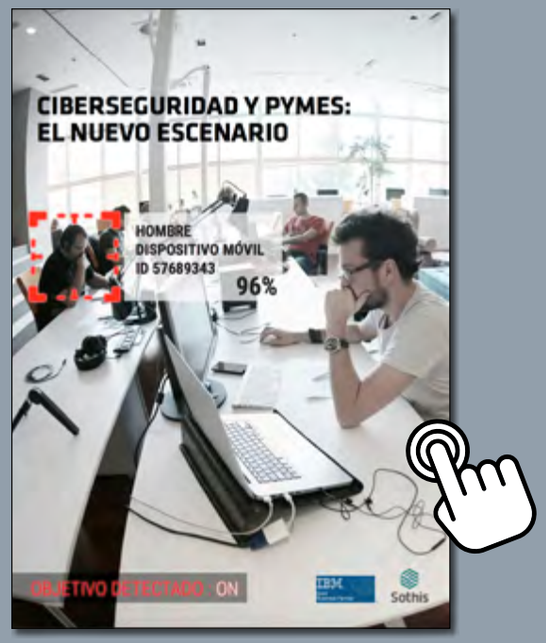
CONVIERTE LOS DATOS EN OPORTUNIDADES DE NEGOCIO CON UNA PLATAFORMA DE DATOS INTELIGENTE



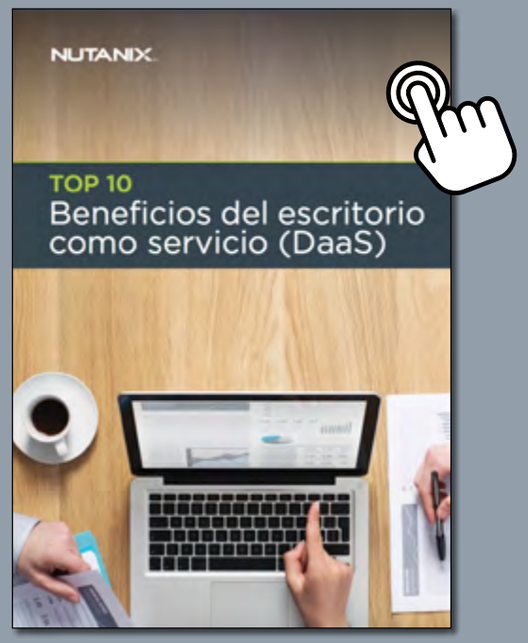
La innovación ha fomentado la aparición de nuevas tecnologías, como el análisis predictivo o la inteligencia artificial. Ambos diseñados para gestionar la explosión de los volúmenes de datos. Pero esta gestión se está revelando complicada, ya que los sistemas fueron diseñados en una era diferente para realizar un trabajo distinto.

GESTIÓN DE DATOS
PARA LA EMPRESA INTELIGENTE

CIBERSEGURIDAD Y PYMES:
EL NUEVO ESCENARIO

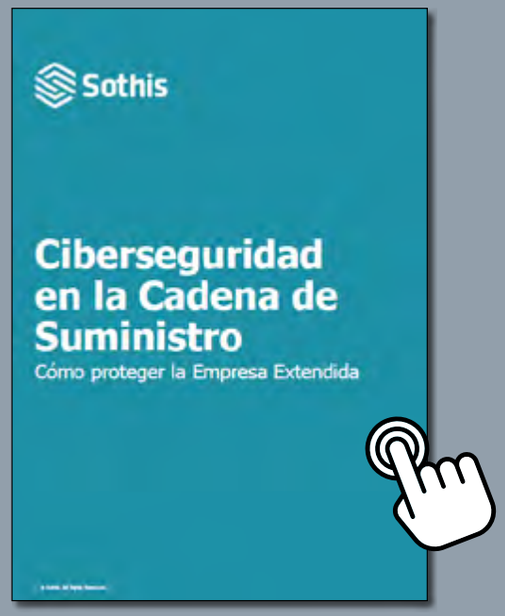


10 BENEFICIOS DEL ESCRITORIO
COMO SERVICIO (DAAS)



CAPACITAR A LOS USUARIOS FINALES
Y OFRECERLES MEJORES EXPERIENCIAS

CONVIERTE LOS DATOS EN
OPORTUNIDADES DE NEGOCIO CON UNA
PLATAFORMA DE DATOS INTELIGENTE



CIBERSEGURIDAD EN LA CADENA
DE SUMINISTRO: CÓMO PROTEGER
LA EMPRESA EXTENDIDA

it whitepapers

it TRENDS

2020, el origen de la década inteligente

Emilio Castellote,
analista Senior,
IDC España

Comienza el 2020 y con él una nueva década; es momento de reflexionar y preguntarnos cómo van a ser esos cambios, cómo hemos llegado hasta ellos y a qué velocidad. Sin duda alguna, esas tres preguntas cuentan con el denominador común de la tecnología. En las últimas dos décadas, la irrupción de la tecnología en nuestras vidas ha modificado todo tipo de hábitos que van desde la forma en la que accedemos a la información, pasando por la forma en la que nos relacionamos y la manera en la que consumimos.

Todo ello ha motivado unos cambios muy significativos en los modelos de negocio de cualquier empresa, independientemente del sector al que se dedicase. Cambios que nos han llevado a acometer planes de transformación digital desde finales de esta última década 201x para afrontar el 2020 y la nueva década desde una parrilla de salida muy globalizada, con enfoque en la explotación del dato, priorizando las necesidades particulares de cualquier cliente y entregando valor a través de unos servicios que deben ser, ante todo, inmediatos y personalizables.

Quizás antes de abordar ese pistoletazo de salida de la nueva era digital es importante reflexionar sobre la velocidad de esos cambios que hemos vivido en las dos últimas décadas. Y es que, a veces, tirar de recuerdos nos hace tomar conciencia de situaciones pasadas para aprender de lo que nos viene en este futuro hiperconectado inmediato.

Recordemos que la década de los 90 debía ser aquella que alumbraría el acceso a Internet, recordemos los primeros buscadores exitosos como Yahoo! que aparecieron sobre 1994 (quizás un ejemplo de reflexión sobre la transformación digital que estamos viviendo ahora mismo) e incluso el famoso Internet Explorer de Microsoft que nacía embebido en Windows 95 (y que ha visto su fin de vida recientemente en 2015), recordemos cómo a finales de esa década de los 90 llegaban a España las primeras tarifas planas y acceso a Internet a través de ADSL a velocidades “vertiginosas de la época” de apenas 512kps. Sí, podemos afirmar que la década de los 90 fue la década de la aparición de Internet y el detonante del cambio social e industrial que se nos venía encima.

Debimos todavía superar el catastrófico efecto 2000 (que quedó afortunadamente en miedo

“Tirar de recuerdos nos hace tomar conciencia de situaciones pasadas para aprender de lo que nos viene en este futuro hiperconectado inmediato”

mediático) para entrar en una nueva década que supondría la aparición de redes sociales de todo tipo que modificarían la forma de comunicarnos y relacionarnos. Y es que hay que recordar que el ahora omnipresente Facebook nacía en 2004, y que deberíamos esperar a finales de esta década para ver el nacimiento de Instagram o WhatsApp. Si algo hemos de recordar de esta década de los 2000 es que el modelo de comunicación se elevaba al plano online y la comunicación con el usuario se convertía en un modelo síncrono y con necesidad de respuesta inmediata, al tiempo que el Cloud empezaba a consolidarse como la plataforma de alojamiento de aquellos primeros servicios web que poco a poco irían transformando el escenario corporativo.

Y por fin llegó la década del 2010 que acabamos de terminar donde, si hay algo que marcó la diferencia, fue la optimización de la red móvil y sus capacidades de transmisión de datos. Esta ha sido la década de la movilidad con la llegada del 3G, pasando al 4G y llegando al nacimiento del 5G.

La movilidad ha supuesto el catalizador de los nuevos modelos de negocio digitales, de la hiper-conectividad entre usuarios y empresas y la consolidación de un modelo de relación vinculado al concepto de experiencia de usuario que tanto se afanan organizaciones de todo tipo por optimizar y consolidar antes de la llegada de la nueva década que comienza en 2020. Sin duda alguna acabamos ésta con todos los ingredientes necesarios para dar lugar a una verdadera revolución industrial y social.

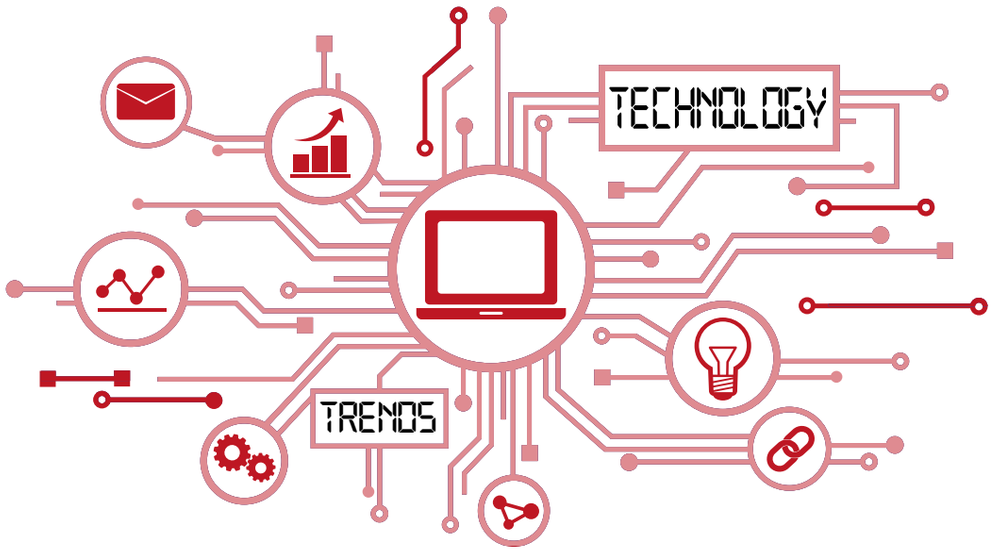
¿Y qué nos depararán entonces el 2020 y los años venideros? Estamos ante el comienzo de una nueva década que seguramente recordaremos dentro de 10 años como la de la inteligencia artificial. Una década que debe transformar el modelo industrial hacia un modelo de servicios personalizables a demanda, donde los modelos tradicionales B2B (Business to business) y B2C (Business to customer) deberán converger y transformarse en B2Me (business to me). Esta será la década que probablemente recordaremos como de mayor impacto en el tejido empresarial (rememoramos a todos aquellos que ya han desparecido en los últimos años por no ver el cambio que se les venía encima) y todo ello nos conducirá a un nuevo mercado donde más del 50% de las nuevas profesiones de esta nueva década están todavía por crearse.

Pensemos por lo tanto en cuánto hemos vivido en las dos últimas décadas y cómo la tecnología aceleró esos cambios, y decidamos cómo queremos transformarnos nosotros mismos para la década inteligente que está a punto de comenzar. ■

Si te ha gustado este artículo, compártelo

Encuentros IT Trends

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



Reducir las vulnerabilidades, mejorar la seguridad de la red, hacer uso de automatización y otros procesos que mejoren la eficiencia, o aumentar la privacidad y el cumplimiento de los datos son algunos de los objetivos que las empresas deberían marcarse de cara al próximo año para mejorar la seguridad.

Estos objetivos deberían hacer frente a tendencias como el ransomware, el mayor uso de los móviles como vector de ataque, nuevas regulaciones, el creciente impacto de la Inteligencia Artificial y el Machine Learning o las amenazas contra las infraestructuras críticas.

Únete a nosotros en este **Encuentros IT Trends sobre Ciberseguridad en 2020** y descubre qué ocurre en el mundo del cibercrimen, qué tipos de ataques se están produciendo y cómo pueden afectar a tu empresa. Y sobre todo, qué nos espera en 2020. **29 de enero · 11:00 AM**

¡Regístrate ya!

Tecnología para tu Empresa

CENTRO DE RECURSOS

it

Retos de las empresas ante el nuevo ecosistema digital

CITRIX®

NFON Cloud Telephone System

Packlink® PRO Simply Shipping

Retos de las empresas ante el nuevo ecosistema digital

Las pymes están adaptándose a las exigencias del mercado y a las nuevas necesidades de los consumidores del Siglo XXI. No obstante, cuando se comparan con grandes gigantes, ven sus objetivos tan lejanos que no se creen capaces de alcanzarlos. En muchos casos, creen que se han subido al tren de la transformación digital demasiado tarde, algo que está lejos de la realidad. ¿Cuáles son los principales retos a los que tienen que hacer frente las empresas ante el nuevo ecosistema digital?

En los últimos años, muchas empresas han invertido en nuevas tecnologías e innovaciones sin saber exactamente como integrarlas en los sistemas existentes. Así lo reconoce el 45% de las empresas españolas, que, pese a destinar parte de su inversión a mejorar la tecnología de la empresa, no aprovechan el máximo rendimiento de las mismas, suponiendo una barrera a la transformación digital, según el último estudio de Vanson Bourne.

Esto resulta especialmente sorprendente si se tiene en cuenta que la encuesta revela

que un 49,3% de las empresas afirma que la transformación digital es una prioridad absoluta y que todas ellas aseguran tener un plan de transformación digital en marcha. Además, el 29,3% de los empleados considera que sus empresas deberían mejorar a la hora de facilitar las herramientas necesarias para llevar a cabo la transformación digital.

En este contexto, más de la mitad de las empresas españolas (53,3%) considera que la Inteligencia Artificial y la RPA (Procesos de Automatización) son las tecnologías más importantes para conseguir un crecimiento en sus ingresos y en los resultados de la empresa para lograr sus objetivos de la transformación digital.

CINCO PRÁCTICAS PARA LIDERAR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

EN QUÉ SE FALLA

Con estos datos en la mano, está claro que las compañías del Siglo XXI deben adaptarse al nuevo panorama para garantizar su supervivencia en el mercado en el medio y largo plazo. No obstante, la digitalización es un proceso transversal que deben adoptar todas las compañías, pero atendiendo a su sector, tamaño y presupuesto, sus necesidades serán únicas en cada caso. Las pymes cometen una serie de errores en relación con la innovación y la transformación digital que es interesante destacar a fin de evitarlos.

Uno de los principales errores que cometen muchas empresas es la de comparar los resultados de sus análisis con los de otras compañías que nada tienen que ver con su actividad o están jugando en otra liga. Un ejemplo es compararse con grandes gigantes tecnológicos que tienen a varios cientos de empleados dedicados en exclusiva al desarrollo de productos, servicios y soluciones innovadoras. Un equipo humano cuyas funciones principales giran en torno a la transformación digital, y que ninguna pequeña o mediana empresa puede permitirse. Es por ello que su evolución es más lenta, pero no por ello menos valiosa.

Una pyme tampoco debe compararse con una startup nacida en plena era digital. Este tipo de compañías, a pesar de que en muchos casos son de pequeño tamaño, están 100%

apoyadas en la tecnología desde el momento de su nacimiento. Sin embargo, las empresas de la vieja economía deben hacer un mayor esfuerzo, tratando de adaptar su modelo de negocio al mercado digital sin perder por ello si esencia de modelo tradicional.

Otro de los errores más frecuentes que cometen las pequeñas y medianas empresas en relación a la transformación digital es creer que no pueden participar en ella, pero nada más lejos de la realidad. Es un negocio tradicional que, por supuesto, necesita adaptarse y transformarse, pero no lo va a hacer al ritmo de grandes compañías por el simple hecho de que el negocio no se mueve en el ámbito tecnológico.

Claro que en ocasiones también se da el caso contrario: pymes que, deseosas de transformarse y formar una parte importante del panorama empresarial actual, se olvidan de la verdadera esencia de su negocio. El verdadero éxito radica en encontrar el equilibrio entre mantener la naturaleza que originó en su momento el nacimiento de la compañía y sumarse a los cambios digitales.

La transformación digital implica un cambio mentalidad y requiere reorganizar y adaptar los métodos de trabajo al nuevo ecosistema digital

EN QUÉ CONSISTE

A grandes rasgos, el proceso de Transformación Digital consiste en aplicar las competencias digitales y nuevas tecnologías a procesos, productos o activos de las empresas para mejorar su eficiencia y buscar nuevas oportunidades de expansión y diversificación. Si bien ésta se encuentra en su etapa de madurez y las compañías son más conscientes de su necesidad y del nuevo paradigma que implica una reforma integra del modelo de negocio, dicha metamorfosis precisa de cambio de mentalidad cultural y de una transformación organizacional en todo el engranaje empresarial.

PASOS A SEGUIR

La transformación digital implica pues un cambio mentalidad y requiere reorganizar y adaptar los métodos de trabajo a las estrategias del nuevo ecosistema digital. Inversión e investigación, recursos humanos, comunicación digital y nuevas herramientas, e innovación y competencia, son, según la consultora Hasten Group, los

cuatro desafíos empresariales a abordar en esta nueva era:

❖ **Inversión e investigación.** Imprescindible que las empresas asuman la necesidad de investigar y modernizar sus estrategias y proyectos.

❖ **Recursos humanos.** Es fundamental implicar a todo su capital humano. Además de empleados motivados, las empresas necesitan plantillas de trabajadores cualificados capaces de resolver con agilidad sus tareas, de ahí que la formación continua sea un pilar básico. Especialistas y profesionales serán los encargados de enseñar el manejo y conocimiento de las nuevas herramientas. Los directivos, a su vez, asumirán un compromiso decidido ante las posibles adversidades y garantizan la continuación y materialización del proceso de transformación digital, si bien los profesionales contratados serán quienes pautarán todo el proceso.

❖ **Comunicación digital y nuevas herramientas de comunicación.** Cada empresa llevará a cabo un proceso de digitalización personalizado, adaptado a sus necesidades, además de una progresiva incorporación de la comunicación digital, el Big Data, la Inteligencia Artificial, el Internet de las Cosas o las Smart City. Las nuevas herramientas son claves para segmentar y trazar las estrategias de negocio.

❖ **Innovación constante y competitividad permanente.** Los cambios están a la orden del día y las actualizaciones continuas son un imperativo. Es precisa una innovación constante, adaptada a las nuevas necesidades del cliente y del mercado al desarrollar una visión estratégica de 360º, así como capacidad de resiliencia, competitividad permanente en todos los procesos empresariales.

QUIÉN TIENE QUE LIDERAR

Nuevos trabajos, trabajadores y nuevos modelos de negocio y contratos suponen nuevas formas colaboración dentro y fuera de la empresa, y el CIO, según IDC Research España, debe liderar este cambio cultural y organizativo que las organizaciones deben acometer en el nuevo plano digital. Así las cosas, la nueva estrategia de los CIO para 2020 ha de

Nuevos trabajos, trabajadores y nuevos modelos de negocio y contratos suponen nuevas formas colaboración dentro y fuera de la empresa

centrarse en orquestar y ejecutar los desafíos tecnológicos y organizativos resultantes de la madurez digital de las empresas y sus prioridades de monetización de datos y mejora de la experiencia del cliente. "El CIO debe ser el responsable en última instancia de convertir en realidad la transformación de procesos tradicionales en nuevas experiencias digitales", declara José Antonio Cano, director de Análisis de IDC Research España.

Se prevé que, en 2020 el 60% de los CIO implementará un modelo de negocio de TI y una cultura que cambiará el enfoque de los proyectos de TI a productos orientados digitalmente. En la actualidad el 56% de los CIO españoles ya están priorizando las inversiones en plataformas de transformación digital, y un 34% ha mejorado la interacción con el cliente a través de experiencias digitales.

Para IDC, la experiencia de usuario será decisoria y en el que las nuevas tecnologías y los entornos multiCloud establecerán los nuevos criterios competitivos de una nueva era que ya ha comenzado, y cuya velocidad de maduración supera con creces a todas las anteriores.

Tomando como referencia que, en menos de tres años, el 50% de los ingresos empresariales van a proceder de negocios digitales, economías de plataforma y monetización de datos, vemos que los CIO si quieren ofrecer una estrategia de transformación digital exitosa, deben aprovechar su "Digital Dream Team" en todas las áreas del negocio, incluida la experiencia del cliente, la tecnología, las finanzas y la seguridad. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Toda la información sobre las tendencias tecnológicas en las empresas
- ¿Cómo está evolucionando el puesto de trabajo?
- El mercado de la telefonía en la nube crece
- La evolución del comercio electrónico en España
- Cuál es la propuesta de Citrix para ayudar en la transformación del puesto de trabajo
- Cuál es la propuesta de NFON para el mercado de la telefonía en la nube
- Cuál es la propuesta de Packlink para impulsar el eCommerce
- Empresas y transformación digital: mucho camino por recorrer
- La digitalización del puesto de trabajo. Una oportunidad para las empresas

Citrix Digital Workspace

AUMENTE LA PRODUCTIVIDAD Y MOVILIDAD SIN INCREMENTAR EL RIESGO

El trabajo ya no es un lugar, puede ser un hotel o la misma carretera.
Con Citrix Digital workspaces damos a las organizaciones una seguridad centrada en las personas,
a través de un enfoque que fomenta la innovación al tiempo que se mantienen los datos seguros.

CITRIX®

This is how the future works

citrix.es/about/future-of-work

CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL EMPLEADO CON CITRIX WORKSPACE INTELLIGENCE

Las empresas pueden usar la tecnología para ayudar a que el usuario tenga una experiencia de usuario superior, ofreciendo a los empleados una manera simple y flexible de hacer su trabajo. De esta forma se mejora su productividad y su compromiso, y eso permite tener mejores resultados comerciales.

Una mejor experiencia del empleado proporciona mejores resultados comerciales. Esta es la principal conclusión que se extrae de un estudio llevado a cabo por Citrix y por Unidad de Inteligencia de The Economist, en la que, de los más de 1.100 encuestados, el 43% dijo que esperaban o habían comprobado que ofrecer a los empleados una experiencia de usuario mejor conllevaba a mejorar la productividad. Además, el 41% afirmó que mejoró la productividad de los empleados; 36% indicó una mejor experiencia y satisfacción del cliente; y el 31% dijo que mejoraba la rentabilidad de la empresa.

"SOMOS UNA COMPAÑÍA USER-CENTRIC POR NATURALEZA", SANTIAGO CAMPUZANO, CITRIX IBERIA

LA IMPORTANCIA DE LA EXPERIENCIA DE LOS EMPLEADOS

Mejorar la experiencia de los empleados no es solo una cuestión de TI. Para ello es necesario que el CIO y el director de Recursos Humanos colaboren para garantizar que las tecnologías implementadas respaldan las necesidades de los usuarios y se adhieran a las políticas de seguridad y recursos humanos. De los directivos de TI y Recursos Humanos encuestados, el 74% y el 75%, respectivamente, se sienten personalmente responsables de mejorar la experiencia de los empleados en su

propio equipo o en la organización en general.

Sin embargo, existen barreras para la colaboración efectiva entre estas funciones con el 34% de los encuestados que identifican la falta de comprensión mutua y las estadísticas de rendimiento como su desafío más difícil. Pero precisamente iniciativas como el desarrollo de estadísticas unificadas en cuanto a la experiencia de los empleados por parte de TI como RR. HH. pueden ayudar a llevarlo a cabo. De hecho, el 43% de los encuestados que trabajan en empresas donde el rendimiento y el trabajo es alto, indicaron en la encuesta que ya tenían estas medidas implementadas.

LA TECNOLOGÍA COMO FACILITADOR

Históricamente, la tecnología ha sido una herramienta utilizada para aprovechar al máximo a los empleados. Con una guerra creciente por el talento y una fuerza laboral en gran parte desconectada, las empresas reconocen que su visión de la experiencia de los empleados debe extenderse más allá de un enfoque miope en el rendimiento de la productividad.

Las tecnologías en el lugar de trabajo deben agilizar el acceso a la información y las aplicaciones eliminando el ruido y las distracciones del día laboral, y capacitar a los empleados con las ideas y aplicaciones correctas para hacer su mejor trabajo. Tal acceso unificado y trabajo guiado por AI / ML puede ayudar a los empleados a acelerar y escalar la innovación de manera dramática.

ALGUNOS PROBLEMAS

La sobrecarga y la complejidad de la tecnología pueden dificultar la experiencia del empleado y tener un impacto negativo en su compromiso. En la encuesta se preguntaba sobre los factores que permiten una mayor participación y productividad de los empleados. La mayoría respondió a esta pregunta que el factor principal era la facilidad de acceso a la información y a las aplicaciones requeridas para realizar el trabajo, seguido de la capacidad de trabajar desde cualquier lugar (43%). Otros habilitadores que influyen en la mejora de la experiencia y el compromiso de los empleados tienen que ver con la elección de aplicaciones y dispositivos y la facilidad de uso.

Para corroborar si esto era así o no, Citrix hizo una prueba: la mayoría de los trabajadores pudieron desarrollar su tarea más rápido al utilizar una mircroapp en lugar de la aplicación completa. Este resultado se traduce en un ahorro de 51 minutos al día suponiendo que un usuario dedique 1 hora y 10 minutos a las tareas de trabajo en las apps.

WORKSPACE INTELLGENCE, LA SOLUCIÓN

Así que lo más útil y beneficioso para las empresas y los trabajadores es contar con una única experiencia para todo, algo que proporciona Citrix Workspace Intelligence.

Con Citrix Workspace Intellligence hay que cambiar de mentalidad y pasar de la idea de la mera entrega de aplicaciones y que el usuario busque y selecciones los menús, pantallas y comandos correctos; a la idea de extraer las acciones relevantes de esas apps y utilizar las perspectivas para priorizarlas y mostrárselas

Lo más útil y beneficioso es contar con una única experiencia para todo, algo que proporciona Citrix Workspace Intelligence

a los usuarios de una manera sencilla para que puedan realizar sus tareas de la manera más eficiente posible. Y esto se hace con una microapp aprovechando las API disponibles públicamente dentro de las aplicaciones SaaS, web, heredadas y locales. Gracias a esto los usuarios pueden ver información y realizar acciones sin requerir un inicio completo de la aplicación o la necesidad de cambiar su pantalla. Esto se traduce en la simplificación de las tareas rutinarias para las acciones que se realizan con frecuencia y ofrece a los usuarios la capacidad de realizar esas acciones dentro de su aplicación Citrix Workspace.

Para poder beneficiarse de esta característica hay que activarla utilizando el nuevo servicio Citrix Workspace Microapp, ubicado en la consola de administración. Se puede elegir entre más de 100 plantillas de acción ya creadas y los administradores de TI van a poder personalizar nuevas microapps utilizando Microapp Builder. El servicio Microapp se sincronizará con las aplicaciones y se reducirá la brecha entre la aplicación real y la microapp.

Para mejorar la productividad de los trabajadores, Citrix Workspace Intelligence ayuda de varias formas. En primer lugar, incluye asistencia y búsqueda en el espacio de trabajo. Mediante el aprendizaje automático y la inteligencia automatizada, la asistencia en el espacio de trabajo y las funciones de búsqueda pueden ayudar a los usuarios a encontrar lo que están buscando, ahorrando así un tiempo muy valioso. Además, una vez que se inicia sesión en Citrix Workspace, no será necesario volver a introducir las contraseñas de las aplicaciones que se utilicen ni tampoco para acceder a los archivos.

Como señala Citrix, el futuro del trabajo está aquí y las organizaciones pueden redefinir lo que significa el trabajo, ofreciendo la experiencia que los empleados demandan mientras mejoran los resultados comerciales. ■

MÁS INFORMACIÓN

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

"¿Una conferencia
en 5 minutos?
¡Sin problema!."
cloudya
El mejor sistema de telefonía en la nube
para empresas. Cuando quieras y donde quieras.
Libera las comunicaciones de tu empresa.
Di adiós a la complejidad. Con Cloudya, el sistema de telefonía en la nube de NFON para empresas, es fácil y muy seguro. Comunícate usando el mismo número desde todos tus dispositivos y consigue ahorrar en tu factura, ya que solo pagarás por las líneas contratadas. Más de 30.000 empresas en Europa ya lo están usando. Así que, ¿a qué estás esperando?
910 616 600
nfon.com
NFON
Cloud Telephone System

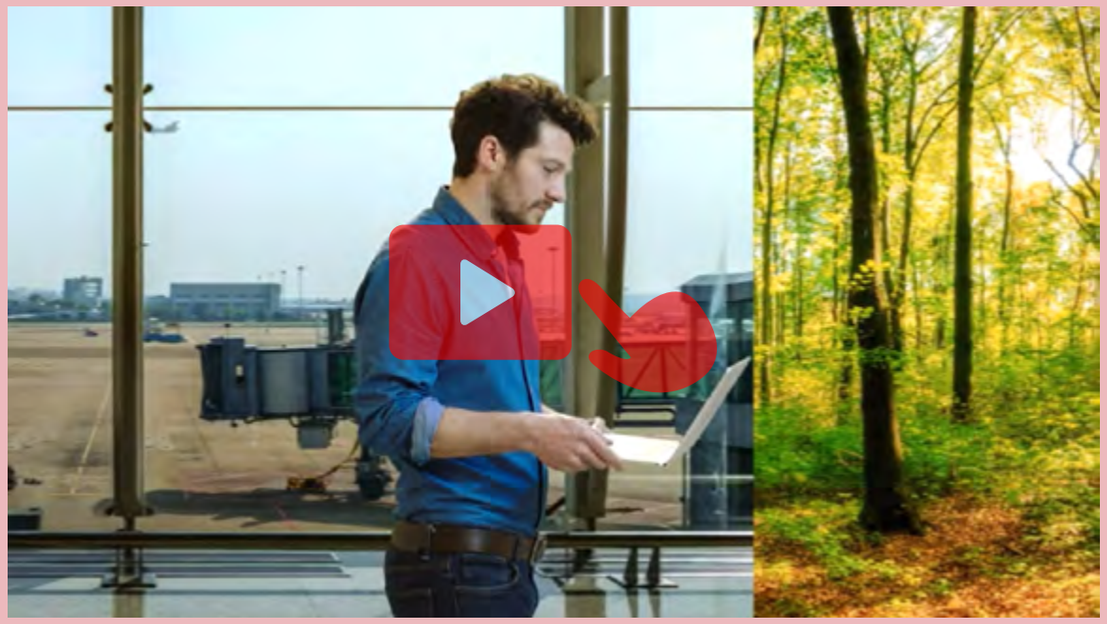
NFON VA MÁS ALLÁ EN EL MERCADO DE TELEFONÍA EN LA NUBE CON CLOUDYA

Uno de los mercados que presenta ratios de crecimiento de doble dígito es el de la telefonía en la nube. Esto se debe a que la mayoría de las empresas se encuentran inmersas en procesos de transformación digital y buscan soluciones sencillas, flexibles y seguras que les permita ganar en productividad como Cloudya, un sistema de telefonía en la nube que presenta, como principales credenciales, la facilidad, la independencia y la seguridad.

El mercado global de telefonía en la nube crecerá, de media, un 16,4% hasta 2023. Así lo asegura el último estudio de Market Research Future que destaca que la necesidad de las empresas de reducir los costes de los servicios y escalar rápidamente las soluciones de comunicación cuando sea necesario

son los factores clave que impulsará este crecimiento. Es más, según las últimas previsiones de Forbes, en 2020 el 83% de todos los procesos comerciales se gestionarán utilizando tecnología cloud.

Y es que las soluciones de telefonía en la nube ofrecen numerosos beneficios a todas aquellas empresas que están inmersas en sus procesos de transformación digital. Entre estos se encuentran, por ejemplo, el hecho de que ayudan a configurar la infraestructura de comunicación corporativa sin que sea necesario invertir en hardware o software (no hay que olvidar que todos los dispositivos y aplicaciones de comunicación están alojados en la nube o en las instalaciones del proveedor del servicio, y pueden iniciarse utilizando teléfonos tradicionales, dispositivos móviles, ordenadores de escritorio o portátiles) o que son válidas para casi todos los sectores verticales de la industria, como Banca, Servicios Financieros y Seguros, bienes de consumo y venta al por menor, salud o TI y telecomunicaciones. Estos sectores adoptan los servicios de telefonía en la nube para reducir sus costes operativos y ofrecer servicios a sus clientes con tecnologías de comunicación cloud avanzadas y sin interrupciones.



¿CONOCES CLOUDYA?

RAZONES PARA ADOPTAR LA TELEFONÍA EN LA NUBE

Más allá de los motivos financieros, existen otras razones de peso que hacen que esta sea la mejor decisión a tomar, incluyendo la facilidad, la independencia y la máxima confianza.

Una de las más destacadas es la máxima movilidad. La oficina en casa y el trabajo remoto se han convertido en una parte integral del mundo laboral. Un 90% de las personas que teletrabajan de manera regular no quiere renunciar a ello y demanda soluciones tecnológicas que les permita realizar su trabajo con normalidad. Con las soluciones de telefonía en la nube, las comunicaciones de un empleado se podrán realizar en cualquier momento, en cualquier dispositivo, en la misma extensión, ya esté en casa, en viaje de negocios o en su lugar de trabajo.

Además de la accesibilidad móvil, las soluciones de telefonía en la nube facilitan equipos virtuales exitosos, con miembros en diferentes lugares del país o del mundo, los cuales se benefician de una plataforma a través de la cual pueden comunicarse entre sí en cualquier momento.

Satisfacer las demandas de las nuevas generaciones de trabajadores, cuyo estilo de vida y comunicación son completamente digitales, "olvidarse" de las actualizaciones y mejoras tecnológicas (son los proveedores como NFON los que se encargan de que éstas estén disponibles de manera automática y gratuita) o disponer de las máximas garantías de seguridad, son otros motivos que están llevando a las empresas a adoptar soluciones de telefonía en la nube.

CLOUDYA, EL FUTURO DE UCAAS

Consciente de las demandas de las nuevas empresas digitales,

OFERTA PREMIUM

NFON también dispone de un amplio abanico de soluciones Premium, las cuales están basadas en Cloudya y que han sido desarrolladas pensando en aquellas necesidades de cada empresa.
No hay que olvidar que no todas las compañías tienen las mismas necesidades, con lo que disponer de las soluciones tecnológicas que más se adapten a sus requerimientos es vital para sacar el máximo partido a los beneficios de la transformación digital.

Entre estas soluciones Premium destacan Contact center avanzado, idónea para centros de atención al cliente; Nhospitality, una solución específica para centros de negocios y hoteles; Neorecording, diseñada para la grabación y el registro de voz; y Nvoice for Microsoft Teams, con herramientas de chat, presencia y videoconferencia perfectamente integradas, con conexión flexible, y sin necesidad de hardware.

hace poco más de un año NFON anunció el lanzamiento de Cloudya, un sistema de comunicaciones que, presenta como principales credenciales la facilidad, la independencia y la seguridad.

Definido por la compañía como "el mejor sistema de telefonía en la nube que puedas imaginar", esta solución está basada en las últimas tecnologías Web, como WebRTC, lo que permite que las actualizaciones estén disponibles con un mínimo esfuerzo por parte del usuario, independientemente del navegador o la aplicación en el sistema operativo y a través de un único inicio de sesión.

Cloudya es una solución que se caracteriza por la sencillez, ya que no requiere ninguna instalación por parte de la empresa, pudiéndose utilizar con una simple conexión a Internet. Así las cosas, elimina la carga de trabajo que conlleva la instalación y administración de una centralita tradicional, representando una ventaja para los operadores telefónicos, que lo utilizan tanto para administrar clientes como para el personal de TI.

El sistema permite transmitir todos los flujos de comunicación a un solo número de teléfono atribuible a dispositivos fijos y móviles, permitiendo que los trabajadores puedan mantener una comunicación constante con clientes o compañeros de trabajo de una manera simple, intuitiva y segura.

Precisamente para garantizar la seguridad, entre sus funciones de alto rendimiento se encuentra, por ejemplo, la encriptación de voz anti escuchas, incluso si el usuario se ha conectado a través de una conexión pública de Internet. Además, todos los servidores de Cloudya se encuentran en Alemania, con lo que los datos siempre están accesibles y protegidos.

NFON considera que esta solución es la base para futuros servicios de colaboración integrados y se ha desarrollado para entornos de trabajo digitales futuros, permitiendo compartir pantallas, iniciar chats o generar vídeo. "Con Cloudya estamos dando ejemplo en el mercado europeo y sentando las bases para un desarrollo dinámico y constante en el camino de las ofertas completas de UCaaS". ■

MÁS INFORMACIÓN

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

Correos Express · SEUR dpdgroup · TNT · ups

Integra tu **eCommerce** con **Packlink PRO** **gratis** y **envía al mejor precio**

pro.packlink.es

"COMPRAR ONLINE SE HA VUELTO UNA RUTINA PARA LA MAYORÍA DE LOS CONSUMIDORES"

NOELIA LÁZARO, DIRECTORA DE MARKETING DE PACKLINK

El comercio electrónico continúa creciendo a doble dígito. ¿De qué manera va a evolucionar este segmento a corto/medio plazo?

En los últimos años, el comercio electrónico ha tenido un gran crecimiento y, actualmente, se encuentra en una fase de transformación. Sin duda, en el corto plazo, su alcance se incrementará, lo que, al mismo tiempo, lo convertirá en un mercado más complejo y competitivo. El avance tecnológico seguirá evolucionando y permitirá el aumento de la compra online, las empresas tendrán mayor conciencia del valor que tiene la información que el cliente proporciona y de las oportunidades que esto genera para mejorar sus negocios. La constante es y seguirá siendo que los negocios se centren cada vez más en lo que los consumidores necesitan, cuándo lo necesitan y cómo lo necesitan.

Los hábitos de consumo están cambiando y los ciudadanos cada vez se decantan más por hacer sus compras por Internet. En su opinión, ¿cómo están influyendo en el desarrollo del comercio electrónico?

Entre los beneficios más importantes que los usuarios observan en la compra online está el ahorro de tiempo, pues no es necesario acudir a los establecimientos, ahora pueden comprar a la hora que quieran y cuentan con mayor información del producto y/o servicio, lo que les permite tomar una mejor decisión de compra, con mayor inteligencia y a través de dispositivos cada vez más portátiles, como el móvil.

Sin embargo, conforme evoluciona el comercio electrónico, así como las necesidades y hábitos de consumo, surgen nuevos factores relevantes que están modificando el panorama actual, como la compra online

"LA AUTOMATIZACIÓN ES LA PRINCIPAL TENDENCIA DEL ECOMMERCE", NOELIA LÁZARO, PACKLINK

y la recogida de los productos en la tienda (buy on line, pick up in store o BOPIS), una práctica que, entre otras cuestiones, genera, para los consumidores, un ahorro aún más importante en tiempo de espera y mayor flexibilidad, al permitirles elegir entre aguardar a que los productos adquiridos lleguen a su domicilio o recogerlos en tienda.

¿Cuáles son los principales retos a los que tienen que hacer frente los eCommerce?

Desde mi punto de vista los nuevos retos están más relacionados ya con la logística, que con el papel de los propios retailers.

Algunos de esos retos ya han sido implementados a lo largo de este año como la flexibilidad en las entregas, dando la posibilidad al cliente de que elija la hora o franja horaria en la que quiere recibir su paquete, el lugar, que puede variar entre un punto de conveniencia, la tienda física o su domicilio, e incluso dándole la posibilidad de cambiar estos datos unas horas antes de la entrega del paquete.

Además de la implementación de nuevas tecnologías como el Big Data, la Inteligencia Artificial y la Realidad Aumentada, que facilitan el control de inventarios, promueven la omnicanalidad y mejoran la experiencia del usuario, las entregas rápidas y con la mayor trazabilidad posible son uno de los principales retos a los que se enfrenta el eCommerce para hacer frente a las exigencias de sus clientes.

Las entregas en menos de 24 horas o incluso en el mismo día, horas después de comprar el producto, son un requisito para los ciberconsumidores.

¿De qué manera están influyendo los Marketplace en el crecimiento del comercio electrónico?

El aumento del fenómeno eCommerce entre los marketplaces se debe principalmente a la internacionalización. Su venta online es relativamente sencilla dentro del mercado europeo. De ahí que más de la mitad de las ventas cross-border (es decir, venta de artículos en otro continente) se hagan a través de ellos. El 25% de las transacciones se las lleva Amazon, en segundo lugar Aliexpress, (14%), seguidas de Ebay.

¿Cuáles son las principales ventajas que aporta los Marketplace a los eCommerce españoles?

En comparación con los canales de venta tradicionales, los costes de comercialización y administración de los marketplaces son menores, facilitando la penetración de nuevos mercados debido a la menor influencia del idioma, el horario o la geografía.

Además, un marketplace genera cierta seguridad a los compradores y ese es un elemento muy goloso para los vendedores.

A pesar de sus ventajas, lo cierto es que un vendedor tiene más competencia dentro de un marketplace, ya que el usuario no tiene ni que salir de la web para acceder a un artículo similar de otra marca. También se pierde una relativa libertad a la hora de proyectar la comunicación y la imagen; hay unas normas que

PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS: EL CORAZÓN DE LA GESTIÓN DE TODO ECOMMERCE

El comercio electrónico sigue creciendo en España a un ritmo vertiginoso. Por ello, cada vez es mayor el número de negocios que se lanzan a la creación de eCommerce, bien como soporte de sus tiendas físicas o como canal único de venta. Pero hay un aspecto clave que no debemos olvidar: un eCommerce no es sólo una web.

Para que un negocio electrónico funcione de manera óptima, es esencial que sepa acercar los productos a los clientes, y para ello, necesita de una infraestructura que los soporte y que es totalmente imprescindible para el éxito del proyecto.

Puedes leer la tribuna de opinión entera en este enlace.

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

¿Te gusta este reportaje?
Compártelo en redes

respetar bajo el techo del dueño del marketplace.

Por tanto, el principal reto de un eCommerce es saber hacer un buen balance entre la gestión de la marca propia y el volumen de ventas que te va a traer un Marketplace.

¿Cuál es el papel que está jugando la logística en el desarrollo del comercio electrónico y los marketplaces?

Hacer que un e-commerce sea rentable es difícil. Según algunos estudios, el 80 % de la logística es una de las claves para diferenciarse de la competencia. Los eCommerce no sólo deben asegurarse de que tienen una buena política de devoluciones y una excelente gestión del stock, sino, además, garantizar que la entrega de sus pedidos sea lo más rápida posible y en las mejores condiciones. Especialmente en fechas donde se registra un repunte del tráfico de compras por Internet, se ha convertido en la mejor herramienta de conversión.

Además, no podemos olvidar que la entrega de una mercancía es la mejor carta de presentación de un eCommerce. Si la entrega se realiza de forma adecuada y en el tiempo que el cliente espera, será la clave para fidelizar a ese cliente. En caso contrario, será muy difícil que ese cliente vuelva a comprar en esa tienda online.

¿A qué retos se enfrenta la logística?

Lógicamente, el principal objetivo que tienen las empresas de transporte es optimizar las entregas, no sólo para optimizar sus servicios, sino también porque es una fase de adaptación que están sufriendo los procesos logísticos ante el imparable crecimiento del eCommerce. Un crecimiento que está sometiendo a la logística a un rápido proceso de transformación y que obliga a las compañías a adaptarse e invertir en tecnología para hacer más entregas en menos tiempo y con menos vehículos.

Desde nuestro punto de vista, lo fundamental es invertir en tecnología, y unido a esto, por supuesto, aprovecharnos de la cantidad de datos que manejamos para optimizar al máximo todos los procesos, gracias a la inteligencia artificial; porque si somos capaces de hacer una buena predicción de la demanda, la inteligencia artificial permite de manera creciente, programar viajes en los momentos óptimos y por las mejores rutas. Esta es la única manera, además, de ser sostenibles a medida que aumenta el eCommerce y, además, más respetuosos con el medio ambiente.

¿Cuál es el valor diferencial que ofrece Packlink?

Comprar online se ha vuelto una rutina para la mayoría de los consumidores. Con el auge de las ventas por internet, el eCommerce ha experimentado un auge notable que cada vez se nota más. Sin embargo, uno de los retos principales al que se enfrentan estas empresas y particulares es el de la logística, pues la entrega de los pedidos a veces no es tan exacta como muchos usuarios desearían. Por eso, trabajamos para mejorar estos servicios de envío con nuestra plataforma de logística que automatiza los envíos, tanto nacionales como internacionales, posibilitando que toda la contratación sea online, ofreciendo los servicios de los principales transportistas del mercado y comparando la oferta y precio de más de 300 servicios de envíos. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Toda la información sobre las tendencias tecnológicas en las empresas
- La evolución del comercio electrónico en España
- Cuál es la propuesta de Packlink para impulsar el eCommerce

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

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

Descubra las últimas tendencias en el Centro de Recursos itUser

Tecnología para tu Empresa

Con la colaboración de:

CITRIX®

NFON Cloud Telephone System

Packlink® PRO Simply Shipping

ImpresiÓNDigital
CENTRO DE RECURSOS
it

La importancia de abordar la seguridad en la impresión

brother

La importancia de abordar la seguridad en la impresión

Con el aumento de las amenazas de seguridad, empresas de distintos tamaños se han visto obligadas a implementar estrategias en sus servicios de impresión para protegerse y minimizar los riesgos. Una buena estrategia podría ser la colaboración con un proveedor de servicios gestionados de impresión que pudiera identificar vulnerabilidades y ocuparse de problemas.

El cambio continuo a las tecnologías de la tercera plataforma está transformando la forma de trabajar. Como señala IDC, está cambiando la forma de compartir y gestionan los documentos y el contenido crítico para la empresa, por lo que la seguridad de impresión es fundamental actualmente.

Empleados, clientes y trabajadores especializados requieren acceso a la información tanto dentro como fuera del cortafuegos corporativo en todo momento. Esto aumenta la necesidad de gestionar y asegurar el acceso a la información de forma efectiva. Los CIO y los departamentos de TI están bajo una fuerte presión. La razón es poder asegurar que las estrategias de seguridad sean las adecuadas, así podrá mejorarse el control sobre la gestión de la información

Dado que las impresoras acceden y gestionan la información y forman parte de un ecosistema de oficina, son vulnerables. Vulnerables a los ataques si no forman parte de la estrategia general de seguridad de TI de una organización. Las organizaciones ya no pueden asumir que las impresoras y los datos estén protegidos por las políticas de seguridad existentes.

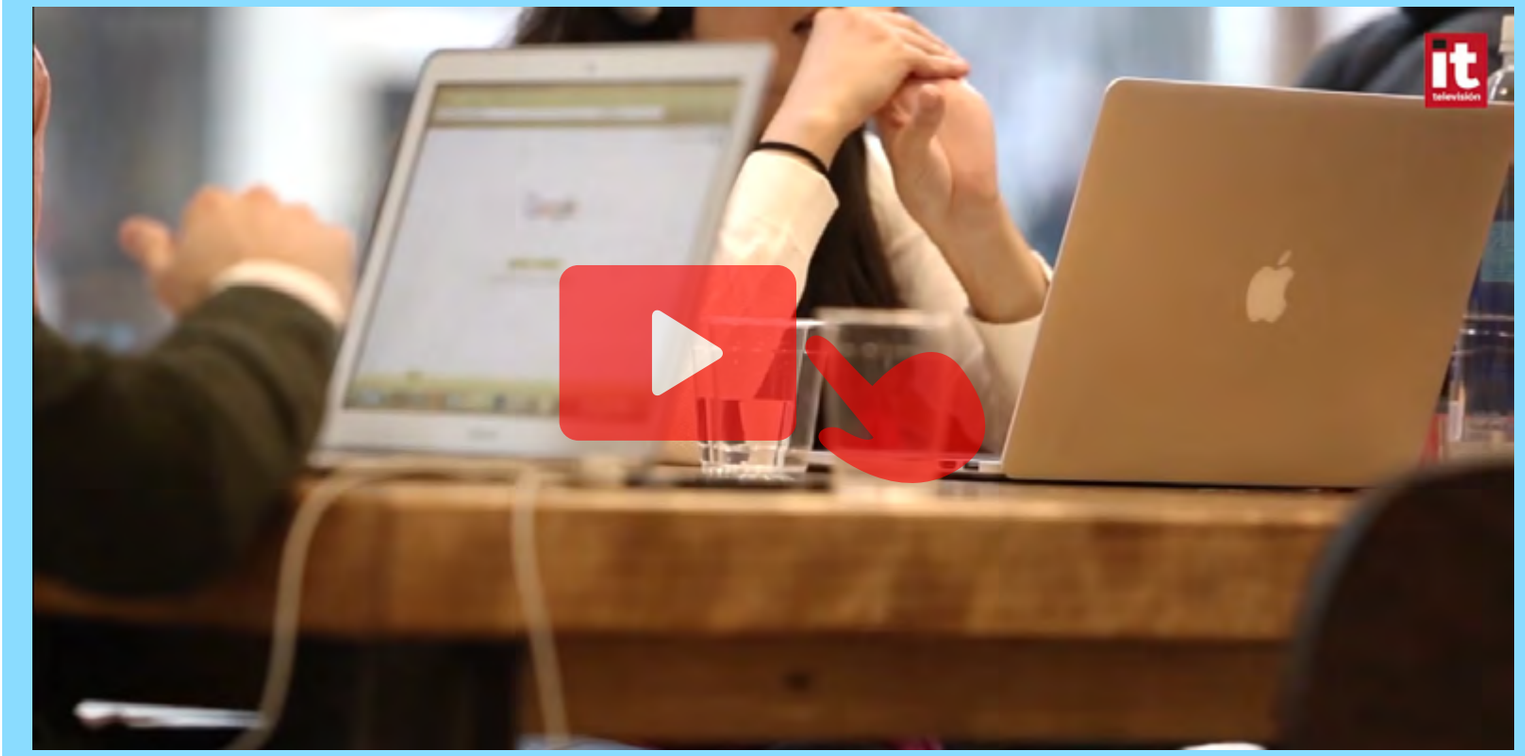
Además, cada vez es más evidente que la ciberdelincuencia se está convirtiendo en un negocio. Los hackers buscan el eslabón más débil, que a menudo suele ser la impresora. Con el aumento de amenazas de ciberataques y la fuga de datos, las organizaciones deben impulsar más estrategias de seguridad. Así podrán garantizar que su entorno esté debidamente protegido.

¿CONCIENCIACIÓN?

Los profesionales se están empezando a dar cuenta de los peligros. De acuerdo con una encuesta realizada por el Instituto Ponemon a más de 2.000 profesionales internacionales en seguridad de TI, el 60% reconoce que es probable que se haya producido una brecha de datos relacionada con una impresora conectada a la red, y la mayoría pronostica que se producirán otras relacionadas con impresoras conectadas a la red de forma poco segura en los próximos 12 meses. Sin embargo, solo el 34 % de los encuestados ha afirmado que su organización dispone de un proceso que permite limitar el acceso a las impresoras de alto riesgo, incluidos los documentos en papel e impresos. Estas carencias en seguridad pueden exponer a las empresas, en particular a las pymes, a ataques que, en los mejores casos son caros, y en los peores, insuperables.

LAS EMPRESAS SUBESTIMAN LAS BRECHAS

Expertos del sector aseguran que la mayoría de las empresas subestima lo vulnerables que pueden llegar a ser con sus infraestructuras de impresión. Muchas empresas no son conscientes de que necesitan seguridad en sus infraestructuras de impresión y, por lo tanto, la impresión no se encuentra en su lista de prioridades relacionadas con la seguridad. Una buena estrategia de servicios de impresión debería comenzar con una evaluación de las vulnerabilidades. No en vano, una gran parte de las vulnerabilidades en seguridad basadas en la impresión se reducen a cuatro factores: tecnología obsoleta; incapacidad para imple-



GDPR HA TRANSFORMADO LA SEGURIDAD EN LA IMPRESIÓN

mentar controles de seguridad; entornos de proveedores heterogéneos; y entornos no gestionados de impresión.

Las empresas tienen de media alrededor de seis usuarios por impresora y, al contrario que ocurre con los ordenadores y portátiles, que se pueden bloquear entre uso y uso, las impresoras no siguen el mismo patrón. Muchos equipos de seguridad desconocen además el número exacto de impresoras en sus entornos. Una estrategia de impresión inteligente bloquea las impresoras, limita los privilegios administrativos, implementa pautas para los nombres de usuario y contraseñas, y ofrece supervisión. Esta es la clave para crear visibilidad, localización y responsabilidad.

LA IMPORTANCIA DE LA COLABORACIÓN

Y es que, además de la visibilidad, que es un aspecto fundamental, también hay que destacar la colaboración como un aspecto clave en una seguridad de impresión efectiva. Con el fin de poner en práctica la inteligencia necesaria para obtener una gran seguridad, las empresas deben disolver las barreras existentes entre los administradores de impresión, los profesionales de la seguridad y el personal dedicado a las auditorías internas. Estos grupos deben estar dispuestos a colaborar con el objeto de proteger una parte fundamental de la red a la que se ha ignorado durante años.

Además, las empresas pueden solucionar las vulnerabilidades relacionadas con la im-

Grandes beneficios

Podemos entender mejor por qué es crucial tener una estrategia de seguridad echando un vistazo a organizaciones que sí tienen. Según datos de IDC, las organizaciones con políticas de seguridad de la impresión han reducido o eliminado el riesgo de una brecha de seguridad. También han reducido los costes y aumentado la eficiencia, prioridades fundamentales para las organizaciones. Además, casi el 30% de las organizaciones redujeron las consultas al servicio de asistencia técnica sobre el equipo de impresión. Este hecho constituye una gran ayuda para aliviar la carga de TI. Desde IDC consideran que, para que cualquier organización tenga éxito en el despliegue de la seguridad de la impresión, es fundamental que los responsables de la toma de decisiones inviertan en la evolución de las necesidades de seguridad de la organización y comprendan la vulnerabilidad que las impresoras plantean a la seguridad. Además, se requiere que los ejecutivos de alto nivel (C-level) impulsen las siguientes iniciativas:

❖ El **CIO/CISO** tiene el papel principal para liderar las iniciativas de seguridad de TI. Se encargará encontrar y desarrollar las mejores prácticas para mantener la seguridad de la impresión.

❖ El **CEO** deberá evaluar los nuevos modelos de negocio y el riesgo asociado a las iniciativas emprendidas por el CIO.

❖ El **CFO** tendrá que ayudar a transferir recursos financieros para desarrollar esa exitosa visión de seguridad de la impresión. Además de desarrollar y monitorizar cuidadosamente los KPIs financieros.

Los líderes TI y de negocios se encargarán de la ejecución real de la visión de seguridad. Además, deben aportar información sobre las mejores prácticas que deben implementarse en toda la empresa. El departamento de TI recopilará datos sobre cómo la seguridad de la impresión dentro de la organización ayuda a la mejora continua de los procesos, e impulsará las estrategias de seguridad y cumplimiento. La fuerza laboral en general también necesita permanecer abierta a los cambios culturales y a las nuevas políticas de la empresa asociadas a la estrategia.

presión, actualizando sistemáticamente el firmware, reduciendo la administración en torno a la infraestructura de impresión, actualizando las bases de datos de impresión de la edición exprés a la profesional, implementando procesos y documentación para que la seguridad sea coherente y mensurable, y ofreciendo formación en concienciación sobre seguridad a los administradores de impresión.

UN PROCESO CONTINUO

La seguridad de la impresión, al igual que la seguridad corporativa, es un proceso continuo. Colaborar con proveedores de servicios gestionados de impresión, que puedan encargarse de los detalles prácticos y ofrecer el nivel de seguridad que los negocios necesitan para funcionar de forma fluida, suele ser una buena solución.

Una estrategia sólida de impresión requiere una amplia gama de componentes. Para la mayoría de las empresas, especialmente en el caso de las pequeñas y medianas empresas, la elaboración y ejecución de este tipo de estrategia de forma interna no forma parte de sus planes. Prefieren dedicar su tiempo y energía a dirigir su empresa.

El primer paso para crear una estrategia de impresión inteligente consiste en plantear una serie de preguntas. Para empezar, ¿cuáles son las impresoras más adecuadas para nuestra organización? ¿Deberíamos implementar impresoras de tinta o impresoras láser? ¿Qué funciones de impresión necesitamos? La respuesta a estas preguntas requiere un equilibrio entre fiabilidad, coste y rendimiento.

QUÉ HAY QUE TENER EN CUENTA

Las empresas deben considerar temas tales como la seguridad, el mantenimiento y el soporte técnico. ¿Debemos gestionar nuestras impresoras de forma interna o trabajar con un proveedor? Con respecto a esta pregunta, existen otras como: ¿Cuenta nuestro equipo de TI con el equipo necesario para gestionar nuestros problemas de impresión? ¿Será más caro gestionar los servicios de impresión de forma interna a largo plazo? En el caso de empresas más pequeñas, la respuesta suele ser que sí.

Los riesgos de las impresoras conectadas a redes no seguras son evidentes y las empresas de cualquier tipo de tamaño deben incorporar los servicios de impresión en su estrategia general de seguridad y productividad. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Toda la información sobre el mercado de impresión
- Cuál es la propuesta de Brother para el mercado de impresión
- De la impresión 3D a la 4D
- La impresión, pieza clave para conseguir un mundo más sostenible
- El mercado de impresión, más allá del papel
- La transformación del mercado de impresión
- La impresión como herramienta para mejorar la productividad
- El mercado de impresión ¿preparado para la disrupción digital?

brother
at your side

Piensa a largo plazo

Impresoras para pymes y autónomos

VELOCIDAD | CONECTIVIDAD | DOBLE CARA | CONSUMIBLES XL | 3 AÑOS DE GARANTÍA

brother.es

"LA IMPRESIÓN ES CADA VEZ MÁS IMPORTANTE EN LA TOMA DE DECISIONES"

JOSÉ RAMÓN SANZ, RESPONSABLE DE MARKETING DE PRODUCTO DE BROTHER IBERIA

¿Cuáles han sido los cambios que han experimentado las PYMES en relación al mundo de la impresión?

En los últimos años se han producido una serie de transformaciones que todavía continúan. Por ejemplo, una de las principales tendencias en este sentido es la evolución, a nivel de dispositivo, de la impresora propiamente en sí hacia el equipo multifunción.

¿A qué se deben estos cambios?

Sin lugar a dudas, una de las principales causas de esta transformación han sido las crecientes necesidades de digitalización de los documentos por parte de las empresas.

A esto hay que añadir que se está produciendo un cambio generacional que está llevando a que los equipos monocromo, que tradicionalmente han estado en las empresas, vayan siendo sustituidos por equipos de color.

Estos últimos equipos están siendo tendencia debido a que la impresión cada vez es más importante para la toma de decisiones y el color es un elemento que ayuda a incrementar la productividad y en la gestión de la información de las personas que se van incorporando al mundo laboral.

¿Cuáles son las principales demandas de las pequeñas y medianas empresas en relación con la impresión?

Nos encontramos en un contexto en el que cuando una empresa se plantea la adquisición o la renovación de su parque de impresión factores como la impresión como servicio está ganando peso junto con lo que es el dispositivo en sí.

En este sentido, no hay que olvidar que para las empresas actuales es tan importante la adquisición de un equipo como el disponer de unos servicios de impresión gestionados que les permita mejorar la eficiencia de los recursos, reducir el tiempo dedicado a tareas administrativas y obtener una mayor transparencia.

¿Qué papel juega la sostenibilidad en las nuevas formas de imprimir?
La sostenibilidad es un factor cada vez más relevante para las empresas de todo tipo, sector y tamaño y está siendo cada vez más demanda por éstas.

¿Y la seguridad o la movilidad?
En el mundo actual las empresas demandan cada vez más equipos y servicios que fomenten la seguridad.

En relación con la seguridad, las demandas de las pequeñas y medianas empresas no giran tanto alrededor de la puesta en marcha de medidas específicas para la impresión, sino en consultar y preguntar cómo los equipos de impresión son compatibles con los sistemas de seguridad.

En cuanto a la movilidad, ésta es otra de las grandes tendencias del mundo de la impresión. El hecho de que podamos acceder a la información con la que trabajamos en cualquier momento, lugar y desde cualquier dispositivo hace que también la impresión, la digitalización o el escaneado se pueda realizar desde un ordenador convencional o desde un teléfono móvil. Esto también cambia el tipo de productos que las empresas deben de tener instalados.

A la hora de elegir una solución de impresión, ¿qué es lo que más valoran las pequeñas y medianas empresas, los servicios o el equipo en sí?

Todavía las pequeñas empresas, las predominantes en el tejido empresarial español, valoran la compra de equipos como factor de estructura de mercado.

No obstante, los servicios se están incorporando cada vez más a las empresas debido, fundamentalmente, a que se están eliminando una serie de barreras que existían hace unos años y que hacían que este tipo de empresa desestimase los servicios.

Por ejemplo, a la hora de poder tener un equipo como servicio, ya no es necesario disponer de un dispositivo grande, no es necesario acudir a una financiación para poder contar con ellos a largo plazo, y no es necesario endeudarse.

Nos encontramos en un momento en que es el cliente el que elige la forma en que el quiere comprar el equipo, ya que, independientemente de si lo quiere hacer por compra, por renting o de otra manera, los servicios pueden funcionar de igual manera, sin cambiar la forma en que pueda gestionar su parque de impresión.

"EL COLOR ES UN ELEMENTO QUE AYUDA EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS EMPRESAS"

¿Te gusta este reportaje?
Compártelo en redes

¿Cuál es la propuesta de Brother para la pequeña y mediana empresa?
Desde Brother lo que hemos hecho ha sido ir incorporando soluciones de pago por uso, de servicios gestionados, y de gestión eficiente, dinámica y preventiva del parque, de manera que las empresas no se tengan que preocupar de estas cosas y se puedan preocupar de lo más importante: su negocio y sus clientes. ■

MÁS INFORMACIÓN

Toda la información sobre el mercado de impresión

Cuál es la propuesta de Brother para el mercado de impresión

PARQUES DE IMPRESIÓN DISTRIBUIDOS, LA MEJOR OPCIÓN PARA LAS EMPRESAS

Nos encontramos en un momento en que cualquier empresa tiene que hacer frente a ritmos casi frenéticos y se afanan por evitar el caos de tal forma que su productividad no se vea mermada. Es en este punto donde sacar el máximo partido a cada recurso se vuelve vital y donde disponer de un parque de impresión adaptado a las necesidades de cada empresa puede suponer un plus a la hora de lograr maximizar la productividad.

Si echamos la vista atrás, hace no mucho tiempo las empresas se decantaban por una política de impresión centralizada. Es decir, adquirían un par de equipos para toda la compañía pensando que así se cumplían con las exigencias de sus empleados. ¿Cuál era el resultado? Un caos aún mayor debido a las idas y venidas hasta la impresora, colas de empleados esperando para recoger sus documentos, confusiones y hasta olvidos de información que, en muchas ocasiones, no debe estar disponible para todo el mundo.

Es por ese motivo que contar con un parque de impresión distribuido es, sin lugar a duda, la mejor opción para las empresas. Así se logra satisfacer las necesidades de cada departamento (no hay que olvidar que ni todos trabajan al mismo ritmo ni tienen las mismas demandas de impresión) logrando incrementar la eficiencia operativa y, por ende, la productividad.

Además, un sistema de impresión distribuido no es sinónimo de equipos menos profesionales. Estos siguen ofreciendo características de primer nivel en materias como la seguridad, la fiabilidad y la eficiencia de costes a la par que ofrecen ventajas como un coste total de impresión menor (al ser más equipos y más pequeños), una inversión en hardware más reducida y unos costes de impresión similar a la de equipos de mayor tamaño.

Puedes leer la tribuna de opinión entera en este enlace

El mercado de impresión ha experimentado una profunda transformación ayudando a las empresas en sus procesos de digitalización.

¡Descubra en nuestro

Centro de Recursos itUser

cómo está evolucionando un sector clave en la Transformación Digital!

ImpresiÓNDigital

Con la colaboración de: brother

Hewlett Packard Enterprise

Almacenamiento it

CENTRO DE RECURSOS

La importancia de la seguridad en el centro de datos

La importancia de la seguridad en el centro de datos

Proteger la información y las infraestructuras es una de las principales preocupaciones de los operadores de centros de datos ante la creciente complejidad de la TI empresarial. En este sentido, los expertos recomiendan guiarse por cinco principios fundamentales, que ayudarán a las organizaciones a mejorar sus condiciones de seguridad interna y en relación con sus clientes.

Los operadores de centros de datos se enfrentan a una serie de dificultades para garantizar la seguridad, ante el avance del enfoque de infraestructura híbrida entre los clientes, ya que la convergencia entre ambos entornos está generando nuevas dificultades en materia de protección de las redes y las aplicaciones. Y, con la tendencia de crecimiento exponencial de los datos corporativos, esto se vuelve más y más difícil, ya que las empresas continúan incrementando sus requisitos de disponibilidad, integridad, confidencialidad y trazabilidad de los datos.

UNA NUEVA ESTRATEGIA

Ante esta situación, los operadores están buscando estrategias que les permitan no solo mantener, sino mejorar la seguridad de cara al futuro, pudiendo ser más competitivos y capaces de in-

tegrar las nuevas tecnologías digitales sin generar fricción con sus clientes en materia de protección de datos. Un ejemplo de estrategia de seguridad que determinados expertos de la industria están empleando, y que recomiendan a sus clientes es la basada en el modelo SPICA, que contempla cinco principios fundamentales.

Estos son, en Ingles, Segregation, Physical Security, Independence, Cybersecurity y Alignment, que están siendo seguidos por empresas destacadas del sector, como como DATA4. El primero, la segregación, consiste en compartimentar los recursos físicos del centro de datos, gestionando con inflexibilidad los permisos de acceso, lo que limita al máximo la posibilidad de intrusiones en el sistema. Pero esta segregación va más allá, trasladándose a los recursos virtuales y sus correspondientes permisos de acceso.

El principio de "Seguridad Física" se considera como la primera línea de defensa del centro de datos, y tiene mucha relación con el principio anterior. En este campo no se pueden descuidar los sistemas de videovigilancia y control de accesos, tecnologías que actualmente están evolucionando mucho. Por un lado, están los avances en la resolución y calidad del vídeo, pero también en el reconocimiento de imágenes. Por otro, está la considerable mejora de los sistemas de identificación biométrica, que son mucho más fiables y versátiles. Pero, además, la automatización de este apartado de la seguridad ya es posible, y comenzará a verse con más frecuencia en los próximos años.

En cuanto a la independencia, este principio recomienda separar la infraestructura de los servicios a nivel administrativo y con respecto a la regulación, para obtener una protección mejor enfocada en cada caso. Incluso, en el caso de subcontratar los servicios de seguridad se puede optar por proveedores diferentes y más especializados en cada ámbito. Por su parte, la ciberseguridad debe ser uno de los puntos centrales de cualquier estrategia de seguridad en el centro de datos, ya que los riesgos cibernéticos están creciendo mucho. En este sentido, la monitorización avanzada y la automatización se están con-

GDPR CAMBIA EL PANORAMA DE COMPRAS Y FUSIONES DE CENTROS DE DATOS EN EUROPA

virtiendo en herramientas clave para mejorar las condiciones de seguridad, permitiendo, por ejemplo, identificar aumentos no justificados del consumo, lo que puede ser indicativo del despliegue de aplicaciones de cryptojacking u otro tipo de intrusiones.

Por último, está la alineación, un principio que se refiere a la orientación estratégica de la seguridad en el centro de datos. En este sentido, los expertos recomiendan alinear los requisitos internos de seguridad física y lógica con las necesidades de los clientes. Así se mejora el cumplimiento con los niveles de seguridad que demandan los clientes y, en definitiva, se cumple con los compromisos adquiridos a la vez que se puede mantener o, incluso, mejorar la reputación y la competitividad.

INTELIGENCIA PARA APORTAR SEGURIDAD

El avance de la digitalización y la evolución de las ciberamenazas eleva mucho los riesgos de intrusión en los centros de datos, donde se almacena y procesa la información de empresas, gobiernos y consumidores. Para enfrentarse a estas crecientes amenazas los expertos recomiendan a los operadores implementar estrategias de seguridad cibernética que incluyan la inteligencia artificial.

> Los operadores están buscando estrategias que les permitan no solo mantener, sino mejorar la seguridad de cara al futuro

No en vano, el entorno de los centros de datos soporta gran parte de los cambios tecnológicos que se dan en los entornos empresariales y en el ecosistema digital de la sociedad en su conjunto, y uno de los aspectos en los que más se está notando es en la ciberseguridad. Las crecientes amenazas cibernéticas están elevando mucho los riesgos en los centros de datos, y los expertos recomiendan a los operadores que apuesten por la implementación de las tecnologías de ciberseguridad más avanzadas.

Esto significa, a día de hoy, integrar la IA y el aprendizaje automático en los sistemas de seguridad cibernética. Porque los propios ciberdelincuentes, especialmente las organizaciones más peligrosas, ya están haciéndolo. En este sentido, lo principal es la protección de la red, que es por la principal vía de entrada para los atacantes. Así, se pueden implementar estas dos tecnologías para lograr un análisis constante y más inteligentes de todo el tráfico de la red, que permitiría detectar posibles amenazas con mucha más fiabilidad que mediante las estrategias tradicionales.

GRANDES MEJORAS

Los expertos señalan que mediante la IA y la automatización mediante el ML se pueden crear y administrar automáticamente estrategias inte-

ligentes de microsegmentación en tiempo real. Esto permite analizar de forma constante y altamente efectiva el tráfico de la red para detectar cualquier actividad susceptible de ser maliciosa, y también administrar de forma más efectiva el acceso en los entornos de privilegios mínimos y de "confianza cero".

La microsegmentación se ha posicionado como una de las estrategias clave para abordar la ciberseguridad en los centros de datos, y los expertos apuestan por este modelo de cara al futuro. Pero también señalan que requiere mucho tiempo y esfuerzo, y aquí es donde entra en juego la inteligencia artificial y el aprendizaje automático, tecnologías que permiten automatizar la mayoría de procesos y seguir mejorando la seguridad de cara al futuro.

Y esto está cobrando aún más importancia por el avance de las estrategias de TI y de nube híbrida, que incrementan el tráfico de las redes entre los centros de datos empresariales y de la nube. Y las empresas que ya han implementado el aprendizaje automático y la IA en los sistemas de seguridad de sus centros de datos ya están obteniendo beneficios, y no solo en la mejora de la seguridad genera.

También han podido escalar sus infraestructuras y servicios digitales sin necesidad de contratar tanto personal como sucedía anteriormente, y sus expertos en seguridad ha podido descargarse de tareas tediosas que ahora se realizan gracias a la IA, pudiendo enfocarse en los problemas y la toma de decisiones en las que es más necesaria la intervención y el juicio humanos. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Toda la información del mercado de almacenamiento
- Cuál es la oferta de HPE para el mercado de almacenamiento
- El avance de la Inteligencia Artificial en el centro de datos
- Las plataformas hiperconvergentes avanzan hacia nuevos mercados
- La transformación del almacenamiento empresarial
- Un futuro brillante para el mercado de almacenamiento
- Más inteligencia para los centros de datos
- Almacenamiento, un mercado en constante evolución

Hewlett Packard
Enterprise

Bienvenidos a

HPE GREENLAKE

Obtenga la experiencia de nube allí dondequiera
que sus aplicaciones y datos se alojen

hpe.com/es/es/services/it-consumption

"EMBARCARSE EN PROYECTOS DE AUTOMATIZACIÓN DEFINIRÁ LA SUPERVIVENCIA DE ALGUNAS EMPRESAS"

JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ - RESPONSABLE DE SERVICIOS HYBRID IT DE HPE POINTNEXT SERVICES

La automatización es una de las principales tendencias y se encuentra dentro de las prioridades de muchas empresas. ¿De qué manera va a evolucionar este mercado a corto/medio plazo?

Nuestro punto de vista a la hora de abordar nuevos proyectos, nuevas iniciativas, nuevas inversiones en IT es claro: optar por consumir servicios tipo Cloud, tipo tradicional, nuevas tecnologías (contenedores, funciones, microservicios,...) son opciones que tienen las compañías y que, dependiendo de sus requerimientos de negocio, funcionales, técnicos o temporales, podrán elegir o no; pero la automatización no es una opción, es una obligación (un must como dicen los anglosajones). Embarcarse en proyectos de automatización definirá la supervivencia

de algunas empresas, la mejora en el TTM (Time to Market) o el aumento en la capacidad de innovación en productos y servicios, antes muy limitada por el alto grado de dedicación a tareas reactivas o de bajo nivel.

Estudios y análisis de mercado realizados por compañías como Forrester, Gartner indican que, por un lado, a corto plazo (en 2020 sin ir más lejos) la automatización reemplazará al 50% de las tareas manuales, y por otro la automatización es el área que mayor ROI aporta en menor tiempo a todas las compañías de IT. Eso sí, haciéndolo con criterio, de manera holística y global y automatizando todo lo posible en el menor tiempo posible. Por eso el mercado va a demandar soluciones y propuestas de automatización de manera inmediata. Por eso no hay que perder tiempo en el arranque de este tipo de iniciativas. Hoy mejor que mañana.

¿Qué tecnologías son las que están impulsando este mercado?

Todos los principales fabricantes de tecnología están hablando de automatización en este momento porque los clientes así lo demandan. Todos (o la inmensa mayoría) tienen la capacidad de formar parte, de manera fácil y controlada, del flujo de tareas que forman un servicio. Si tuviésemos que nombrar tres tecnologías que facilitan la automatización y orquestación de tareas y procesos, estas serían:

Las infraestructuras tipo "Software Defined", que son capaces de ser accedidas y configuradas mediantes API's, CLI's o comandos específicos, desde diferentes lenguajes de programación o diferentes herramientas de configuración

La contenerización, tecnología fundamental para facilitar la parte del pipeline de CI/CD de los clientes, así como la modernización de aplicaciones tradicionales, y que de esta forma, puedan aprovechar las funcionalidades de automatización del modelo híbrido de IT.

"El almacenamiento inteligente permite dar independencia a toda la infraestructura" Susana Vila, HPE

Los llamados "Cloud Management Platform (CMP)", los cuales son básicos para poder orquestar servicios provenientes de diferentes áreas (Cloud pública, privada, entornos tradicionales, modelos gestionados, Cloud Native,...) y por tanto automatizar todo el flujo que forma el proceso de IT de una compañía. Cada vez son más potentes, con mayores niveles de integración con las diferentes opciones, incluyendo más funcionalidades necesarias para los clientes: estado de los consumos, de los SLA's negociados, gestión de usuarios, AI,...

¿Cuáles son los motivos que están llevando a las empresas a decantarse por soluciones de automatización?

El objetivo fundamental de cualquier organización de IT es contribuir, de manera directa o indirecta, a los objetivos de la compañía. Es decir, ser parte activa de la ecuación Beneficio = Ingresos – Costes. Para conseguirlo, y bajo nuestro punto de vista hay tres motivos fundamentales que impulsan a las empresas a embarcarse en pro-

gramas de automatización globales. Son las reglas de las tres "Do's", las cuales deberían ser direccionadas en este orden:

"Do it better": es decir, ganar en eficiencia, reduciendo la carga de trabajo, el esfuerzo y el riesgo que un recurso de IT ejecuta en su día a día.

"Do more": está directamente relacionado con la mejora de la productividad, incrementando la carga de trabajo por recurso de IT. Se aumentaría la velocidad, se mejoraría la calidad y se podrían abordar tareas más complejas, con un incremento de satisfacción por parte del usuario final.

"Do it for less": ahora sí y de manera directa, optimizando los costes de IT. Habiendo alcanzado los objetivos perseguidos en los puntos anteriores, se podría "hacer más tareas con menos recursos", dedicando sus objetivos a acciones de más alto nivel o de más valor para la compañía.

¿Qué factores son los que tiene que tener en cuenta una empresa que decida adquirir este tipo de soluciones?

Cuando nosotros hablamos de automatización nos estamos refiriendo a la puesta en marcha de un programa general y global de implantación y la adopción de la automatización en todo el IT de una compañía. Por ello, creemos que las empresas deben tener en cuenta, principalmente, estos factores:

- ***Revisión de procesos de IT.*** Con la transformación digital, los procesos de IT de una empresa son cada vez más participes en los logros y los objetivos de negocio de las compañías. Revisar el grado de madurez y capacidad de automatización de los mismos, impactará directa o indirectamente en la mejora de los resultados de las empresas.
- ***Alineamiento de la organización.*** La inmensa mayoría de los procesos de IT son transversales a departamentos y grupos internos en las empresas. Al ser un programa global, todos los departamentos deben apoyar y respaldar su implantación y adopción. En caso contrario, se puede correr el riesgo de generar cuellos de botella en partes del proceso, y consecuentemente no alcanzar los resultados previstos o incluso no tener visibilidad.
- ***Viabilidad tecnológica,*** tanto de la infraestructura que va a ser automatizada, como de las herramientas necesarias para facilitar dicha automatización. En ambos casos es necesario hacer un estudio previo para realizar el típico análisis de ROI y evaluar la inversión necesaria versus los potenciales beneficios obtenidos.

ROMPIENDO LAS BARRERAS MEDIANTE LA HIPERCONVERGENCIA

Las infraestructuras tradicionales se miraron al espejo al irrumpir las nubes públicas como alternativa computacional. Dos aspectos las hacían desmerecer: la agilidad a golpe de click para proporcionar nueva infraestructura de forma automatizada y una flexibilidad hasta entonces inusitada para ajustar el pago a las demandas del negocio en tiempo real.

La hiperconvergencia surgió como una respuesta que mejora drásticamente la agilidad a través de la simplificación y reducción de componentes. HPE SimpliVity permite la eliminación de hasta 10 componentes que habría que haber adquirido, integrado y operado como productos independientes para ejecutar aplicaciones en máquinas virtuales. En el año 2018 IDC realizó una encuesta a clientes usuarios de esta tecnología y manifestaron en su mayoría mejoras significativas en los tiempos de provisión y en la eficiencia operacional.

ALFONSO RAMÍREZ, Regional Director de HPE SimpliVity Iberia

Puedes leer la tribuna de opinión entera en este enlace

❇ ***Soporte a la automatización implantada***, tanto en lo referente a tareas de tipo reactivo como de tipo evolutivo. El conjunto de scripts, ficheros de configuración, etc., deben de ser revisados y adaptados a los diferentes cambios del IT y de las nuevas versiones.

❇ ***Esponsorización.*** Como hemos indicado la automatización de IT va a traspasar fronteras departamentales y a impactar en la mayoría de las áreas de una empresa, es por ello que se necesita el apoyo y empuje de una figura de alto nivel para respaldar o tomar decisiones cuando sea preciso.

La apuesta de HPE en este sentido Pointnext Services ¿Cuáles son las principales características de esta oferta?

Si tenemos que resumir las principales características de la propuesta de automatización que hacemos a los clientes, los puntos importantes serían:

Proponemos abordar a los clientes la automatización como un "proceso industrializado y global" para toda la compañía. No es un proyecto, sino que es un programa, que se debe abordar cuanto antes y estar esponsorizado al más alto nivel.

Utilizamos una metodología específica para este tipo de soluciones. Dentro de la misma, utilizamos aproximación "Agile". Con las tecnologías "Software Defined", la implementación de la automatización no deja de ser un caso especial de desarrollo de software, por lo que el uso de las técnicas y conceptos empleados en los mismos (Scrum, Sprints, Backlog,...) son perfectamente utilizables en las propuestas de automatización.

Para poder industrializar el proceso y su implementación y adopción, es vital contar con las herramientas que faciliten su ejecución desde el diseño, el desarrollo, las pruebas, la puesta en producción y finalmente, su mantenimiento. Nuestras propuestas se basan en el uso de herramientas estándares de mercado, de tipo "open" y habitualmente implantadas ya en nuestros clientes, tanto para la gestión de configuración, el despliegue, el testing y la posible orquestación entre procesos y tareas.

Con el fin de arrancar el programa de manera correcta, en aquellos clientes que aún no tienen experiencia real en estas soluciones, y siguiendo las directrices de la metodología Agile, proponemos la identificación de un MVAP: "Minimum Valuable Automation Product".

¿Cómo ayuda a impulsar la adopción de soluciones de automatización y orquestación?

Desde HPE Pointnext Services creemos que hay tres puntos clave que ayudan enormemente a adoptar las iniciativas y soluciones que proponemos a nuestros clientes. Estas son:

❖ Conocer el "perímetro" de automatización. Identificar desde el primer momento El qué, el cómo y la forma. Estos tres puntos los desarrollamos dentro de nuestra propuesta de servicios denominada "Right Mix Advisor".

❖ La flexibilidad. Cuando trabajamos con los clientes en la implantación de estas soluciones, y como consecuencia del uso de los principios básicos de las metodologías Agile, nuestros recursos técnicos forman parte de manera intrínseca de los equipos de trabajo del cliente. Nuestro papel es inclusivo y de inmersión en el cliente. Trabajamos con sus procesos y sus herramientas.

❖ Transferencia continúa de información. Esta información debe fluir tanto a los responsables técnicos, como a los responsables de aplicaciones y servicios. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Toda la información del mercado de almacenamiento
- Cuál es la oferta de HPE para el mercado de almacenamiento

¿Cuál es el futuro del mercado de almacenamiento?

¿Qué tecnologías son las más adecuadas para las empresas?

Descubra las últimas tendencias en el Centro de Recursos itUser

Almacenamiento it

Con la colaboración de: Hewlett Packard Enterprise

Tiempo de reflexión

La Navidad es una época de encuentros, de celebración... pero también de reflexión. Mercedes Criado, responsable de cooperación internacional de la Fundación Adelias, nos ofrece un nuevo punto de vista para esta época que acabamos de dejar atrás.

Usted, sí usted, el que siempre va con prisas y el que cuando ve el artículo de Fundación Adelias lo pasa de largo porque no es lo que busca. Párese, relájese y dedíquenos un minuto de su tiempo, ¡le merecerá la pena!

Somos una sociedad que siempre va con prisas, no vemos lo que sucede a nuestro alrededor, porque vamos ensimismados en todo lo que tenemos que hacer. Llegamos a casa y no tenemos tiempo de parar y observar a los nuestros, porque llegamos con mil cosas en la cabeza (mañana tengo una reunión, no me ha llegado la propuesta, encima mi secretario se ha puesto enfermo y el ordenador a última hora se ha bloqueado, espero que los de informática lo puedan solucionar a tiempo) y, mientras todo eso pasa por tu mente, hay una personita que reclama tu atención porque ese día ha aprendido a decir "father" y estaba deseando verte para decírtelo, porque esa personita también tiene muchas cosas en la cabeza (quiero ver a mi papá, tengo ganas de ver la cara de orgullo de mi papá cuando le diga father, seguro que me va a dar un súper abrazo, tengo una lista interminable que hacer a los Reyes Magos) en cambio, llegas, le das un beso y le preguntas por encima cómo ha ido el día y, cuando te lo cuenta, NO le escuchas porque sigues ensimismado con tus problemas y cuando termina de relatarte su día y no llega ese abrazo y esas palabras de orgullo tan esperadas, agacha la cabeza y piensa que su papá, su superhéroe, su guía, quizá no le quiera tanto... y no es verdad, ¿a que no?

Pues párate, relájate, dedícale el tiempo que se merece y escúchale, porque su amor es lo que te hará tomar fuerzas para el día duro que te espera mañana.

Y después de que lo practiques en casa, practícalo en la calle, en la oficina, en tu lugar de trabajo, sea cual sea; verás que seguramente encuentres a una anciana que no puede subir el carro de la compra unos escalones, ayúdala. O que uno de tus compañeros necesita que le expliques algo que te robará un minuto de tu tiempo, ayúdale. porque quizá en un futuro sean esas personas las que hagan algo por ti. Practica la Cadena de Favores.

Y después, ve más allá, acuérdate de todos esos niños que hay en el mundo y que no tienen el privilegio de vivir en una sociedad como la tuya. Esos peques de Fundación Adelias, que han nacido en familias extremadamente pobres y que la mayor preocupación de sus padres es darles al menos una comida al día, como para andar preocupándose por darles una educación, o poder pagar un tratamiento médico a uno de sus hijos. A esos pequeños que han nacido y no han tenido nunca el calor de sus papás porque fueron abandonados. Ayúdales, porque con un granito de arena que pongamos cada uno podemos hacer grandes cosas. Tú puedes cambiar el mundo. Será el mejor legado que puedas dejar a tus hijos. ■

MÁS INFORMACIÓN

www Fundación Adelias

¿Quieres colaborar?

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

Fundación Adelias

La Fundación Adelias nace de la mano de empresarios, ejecutivos de multinacionales y jueces que piensan, profundamente, que un mundo mejor es posible. Dedicamos tiempo, fondos, talento e ilusión para trabajar por niños y adolescentes en dos ámbitos fundamentales: educación y salud. Movidos por un compromiso con la sociedad, con la población más vulnerable, los niños, trabajamos construyendo hospitales, casas cuna, escuelas, impulsando el progreso y el desarrollo. Movemos especialistas de un lado a otro del continente y formamos a los hombres del futuro para cambiar la realidad de las comunidades para las que trabajamos. El foco es España en materia educativa y Marruecos en el ámbito de la salud.

it 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!!!

NO SOLO it

PANEL DE EXPERTOS

TRANSFORMACIÓN DEL CANAL

Previsiones para 2020 (que valen para cualquier año)

Roberto Espinosa,
Economista apasionado por la tecnología

MARKETING Y CONSUMO

Nuevos ecosistemas financieros para millennials

José Manuel Navarro,
CMO MOMO Group

ENCUENTROS Y DESENCUENTROS CON LA COMUNICACIÓN

Entrevista con el diablo

Manuel López,
Asesor de Comunicación

MÁS ALLÁ DE LA TRANSFORMACIÓN

¿Por qué hay tantas organizaciones que siguen sin estar preparadas para IPv6?

James Lyne,
CTO SANS Institute

LA VISIÓN DEL ANALISTA

Seguridad en movilidad, la gran olvidada

José Antonio Cano,
director de análisis y consultoría de IDC EspañaGroup

Previsiones para 2020 (que valen para cualquier año)

Roberto Espinosa
Economista apasionado por la tecnología

Economista apasionado por la tecnología, el emprendimiento y la innovación. Más de 15 años trabajando en la División de Canal de Intel Corporation, ahora ayudo a las empresas a crecer. Business Innovation Coach en el Instrumento PYME de la Comisión Europea, asesoro a varios fondos de capital riesgo y aceleradoras. Director académico de programas in-company en Deusto Business School. Conferenciante, bloguero, colaboro, entre otros, con Capital Radio. He organizado más de 10 eventos TEDx. Creador del The Digital Transformation Canvas. Ah, y tengo tres niños.

Para los que ya vamos teniendo unos años, el 2020 estuvo una vez en un distante futuro territorio de la ciencia ficción. Sin embargo, parece mentira pero ya hemos llegado. Y se parece poco a lo que nos imaginamos. No hay viajes interplanetarios ni hemos encontrado vida extraterrestre, los coches no vuelan y ni siquiera conducen solos, la telepatía son los estados de whatsapp y la teletransportación es un vuelo en una low cost. Por no tener, no tenemos ni playeras que se aten solas…

Y eso que en realidad, predecir la tecnología es de amateurs, prueben a predecir las tendencias en los negocios. Los grandes escritores de ciencia ficción imaginaron los teléfonos móviles, los drones, impresión 3D, los coches autónomos, los robots… Pero ninguno imaginó las redes sociales, que la gente fuera de vacaciones y pagara por quedarse en casas de otros o que una de las mayores empresas del mundo sea una librería venida a más.

NO SOLO it Transformación del Canal

¿Te ha gustado este reportaje? Compártelo en redes

Ahora que hemos empezado un año tan redondo como el 2020, seguramente a estas alturas ya habrás leído un montón de artículos con las predicciones para este año, incluso para esta década y la mayoría te hablarán de IA, realidad virtual, blockchain… Y seguro que hablan mucho de disrupción, y de que a pesar de que la mayoría de estas tecnologías llevan años con nosotros, este año es el año definitivo.

Y esto no es trivial, porque muchos de vosotros también aprovecháis estas fechas para trabajar en vuestros planes a largo plazo. Eso que se llama exploración en el mundo de la innovación. Pensar qué nuevos negocios, qué nuevas tecnologías, qué nuevos fabricantes incorporaréis a vuestra empresa para seguir creciendo.

LA ETERNA MONETIZACIÓN

Sin embargo, ninguno de esos artículos os dirá cómo se va a ganar dinero con esas tecnologías. Por ejemplo, muchos dirán que este año blockchain va a disrumpir la banca, o los transportes, o los seguros… Pero nadie te dirá que este año una empresa montará una solución de pago por uso que a través de blockchain simplifique y acorte los procesos de facturación y cobro de las pymes con un modelo de negocio de canal que permita a integradores y resellers dar servicios de valor añadido. Estaría bien, ¿verdad?

La mayoría de estas tecnologías, cuando aparecen en el Hype Cycle de Gartner y posteriormente en todas las diapositivas de los gurús del mundo, son soluciones buscando un problema que solucionar. Esto no significa que no haya que entrar en el juego y explorar. Muy al contrario, si hay algo que hacemos muy mal en este país es la innovación. Todos los indicadores al respecto son pésimos comparados con países de nuestro entorno. En la mediana y pequeña empresa, los números son especialmente malos. En muchos casos, pensamos que la innovación sólo está al alcance de grandes empresas, pero no es así. La digitalización, la explosión del mundo startup y la innovación abierta permiten a cualquiera innovar y hacerlo acorde a su escala.

Estamos en la época de propósitos y buenas intenciones. Quizá decir "vamos a innovar" sea demasiado pretencioso. Así que quizá es mejor intentar pensar en cómo será vuestro negocio dentro de 3 o 5 años y luego intentar definir qué pasos os llevarán a ese futuro, lo que McKinsey llama Horizonte 3.

Puestos a escribir un artículo sobre predicciones, voy a hacer una. Puedo aseguraros que en ese futuro que os imaginéis habrá mucha tecnología, pero lo que tiene que haber son buenos negocios. ■

MÁS INFORMACIÓN

- Enduring Ideas: The three horizons of growth
- Hype Cycle 2019, ¿qué hay de nuevo?

it whitepapers

DATOS Y APLICACIONES, SOPORTE DE LOS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

¿Cómo están tratando las empresas sus datos? ¿Qué aspectos son fundamentales para sus estrategias alrededor de los datos? ¿Cómo están gestionando sus aplicaciones? ¿De qué manera están incorporando nuevas tendencias a la administración de datos y desarrollo de apps? Lee este Documento ejecutivo IT Trends Q2 y conoce las respuestas.

Nuevos ecosistemas financieros para millennials

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).

Al hablar de millennials pensamos en esa generación en tránsito entre el mundo "off-line", que aún perdura, y el "on-line", cuyos desarrollos siguen creciendo y abarcando nuevos horizontes de nuestra cotidianeidad. Son deudores de la visión aperturista, con ciertos tintes de ambición, de sus progenitores (los llamados "baby boomers"), y herederos de una situación económica complicada para liderar su propio destino laboral, aunque constituirán el 70% de la fuerza de trabajo del llamado "primer mundo" en 2025.

Esta generación ha crecido con las nuevas tecnologías, sabiendo compaginar el gusto por las soluciones analógicas con la eficacia de las digitales. Apuestan por vivir la vida con lo que ésta les proporcione, aunque priorizando la calidad a la ambición de tener mucho y disfrutar poco debido a la intensidad del trabajo.

Están mejor formados que sus progenitores, al menos en cuanto a tener títulos de grado superior, aunque ello no les garantiza un trabajo estable, sino que tienen que sufrir la precariedad laboral, apostar por el autoempleo o emigrar al extranjero. Son muy críticos, por esta razón, con el modelo actual de sociedad, en la que no confían desde el punto de vista político y económico, y a la que consideran estar necesitada de urgentes y profundas reformas.

Otra de sus fuentes de insatisfacción es la relación con las entidades financieras, a quienes responsabilizan de la reciente crisis económica y de haber creado un

¿Te ha gustado este reportaje?
Compártelo en redes

ambiente de profunda desconfianza general en el sistema debido a los modelos especulativos por los que han apostado (con las consiguientes consecuencias negativas), en lugar de aportar garantías a la estabilidad de la sociedad y a la protección de las familias que confían sus ahorros en estas entidades.

A este nivel de desconfianza hay que añadir otras cuatro variables: la limitación de sus recursos económicos, la educación financiera, la búsqueda de nuevas fórmulas de relación basadas en las nuevas tecnologías y las expectativas de creación de modelos de negocio financieros diferentes a los tradicionales.

No es objetivo de este artículo profundizar en la primera de ellas, aunque pueden imaginar que, para el conjunto de los millennials, sus ingresos brutos anuales no los sitúan en el percentil más apreciado por la banca de inversión. En cuanto a la educación financiera, según Índice de Finanzas Personales del Instituto TIAA-GFLEC (Índice P-Fin), es más baja que la de las generaciones precedentes, flaqueando sobre todo en la comprensión de las áreas de riesgos y de seguros. Desde el punto de vista de las decisiones financieras, esta situación es preocupante porque pueden cometer errores en la realización de inversiones, en la formulación de financiación para proyectos personales o empresariales y en la contratación de coberturas frente a posibles siniestros.

Fruto de ambas cuestiones es que los millennials mantienen una relación con la banca muy laxa y solo a través de canales digitales, sobre todo mediante dispositivos móviles. Para ellos, la tecnología ha sido la solución más conveniente para realizar transacciones financieras sencillas, como transferencias, domiciliaciones o hacer seguimiento de sus gastos sin tener que acudir a una oficina. Por otro lado, usar los dispositivos móviles para comparar productos antes de comprarlos por internet o en tienda física, les ha facilitado la habilidad de comparar también entre entidades y decidirse por aquellas que les gravan con menos comisiones, moviendo sus cuentas a la opción más conveniente. Para ellos no existe el concepto de lealtad a una entidad financiera.

La banca en general se está preocupando por la digitalización de sus procesos comerciales, pero no está abordando la migración conceptual de la tecnología financiera hacia herramientas inteligentes que ayuden a mejorar la comprensión de las operaciones más complejas en el momento de adoptar la decisión de contratación, ni se están replanteando el modelo de negocio para aportar las soluciones sencillas y transparentes que precisa este importante segmento de población.

En este sentido, las nuevas "fintech" son las que están ocupando este espacio que demandan los millennials, aunque éstas han de comprender que deben acompañarlos en la obtención de una formación financiera personalizada para que sean autónomos en la contratación de productos más complejos. ■

MÁS INFORMACIÓN

Índice de Finanzas Personales del Instituto TIAA-GFLEC

La banca en general se está preocupando por la digitalización de sus procesos comerciales, pero no está abordando la migración conceptual de la tecnología financiera hacia herramientas inteligentes

NO SOLO it Encuentros y desencuentros con la Comunicación

Entrevista con el diablo

Manuel López

Asesor de Comunicación

Madrileño 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 starups en temas relativos a la comunicación, desde su posición de partner en la plataforma de profesionales goXnext.

En un artículo anterior que titulábamos "La Comunicación para las Startups ¿Angel o Demonio?", ya hablamos de las relaciones con el maligno. Hoy vamos a hablar del diablo en persona: el periodista. Así es como suelen ver los emprendedores a los periodistas, como un ser maligno que viene a destruir a mi startup. La verdad es que es lo contrario, son ángeles que aparecen para ayudarnos en nuestro difícil camino hacia el éxito.

Pero empecemos por el principio. La primera pregunta que se hace un emprendedor es ¿para qué quiero una entrevista con un periodista? Ya tengo mi web, hago marketing, tengo mis redes sociales… ¿para que necesito entonces meterme en líos? La verdad es que es una buena pregunta a la que no es fácil responder, sobre todo porque cuando alguien te hace esa pregunta es que no ha entendido nada de lo que significa la comunicación.

Quizá lo que acabo de escribir suena muy fuerte, pero creo firmemente que la labor de los periodistas es fundamental para las empresas y es imprescindible que incluyamos la visión externa de lo que estamos haciendo, además de contar lo que queremos contar desde nuestro ombligo.

Bien, una vez aclarado que los medios de comunicación y sus caras visibles, los periodistas, son fundamentales en nuestra estrategia vamos al grano. Ya tenemos una entrevista en el horizonte y ahora hay que ver como gestionamos el encuentro con el diablo, de forma que salgamos lo mejor parados del evento. En el libro que me ha servido de inspiración para este artículo el protagonista es un sacerdote italiano, exorcista, que viendo un programa de televisión en el que se realizan entrevistas con grandes personajes del pasado, llega a la conclusión de que hace falta una entrevista con el demonio para transmitir su mensaje.

Como en la comunicación no funciona lo de los exorcismos, vamos a ver cómo gestionamos nuestra entrevista con nuestro diablo particular. Vamos a saltarnos la parte de cómo se consigue una entrevista, que trataremos en otro artículo, y partimos de que ya tenemos acordada una entrevista.

Lo primero, y quizá la parte más importante, es hacer nuestro trabajo, no el traba-

jo del periodista, que eso ya lo hará él o ella. Lo primero es empezar por nuestros deberes. Voy a resumirlos en unos pocos puntos:

❖ **Objetivos de la entrevista,** es decir qué queremos conseguir. Cuanto más específicos seamos mejor: qué titular me gustaría, cuándo y dónde nos gustaría que apareciera, qué plan tengo cuando se publique la entrevista...

❖ **Trabajar en el mensaje que queremos transmitir.** El "elevator pitch" lo debemos tener siempre presente. Los valores que queremos transmitir deben ser muy claros, no puede haber dudas, debemos hablar con seguridad.

❖ **Preparar las respuestas a las preguntas básicas:** ¿Quién? ¿Qué? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Por qué? Al salir de la entrevista el periodista no debería tener duda alguna sobre las preguntas básicas.

❖ **Investigar sobre el medio y el periodista.** Hay que entender sus intereses, sus tendencias, sus cualidades... de manera que creemos un ambiente agradable durante el encuentro.

❖ **Trabajar sobre los detalles logísticos.** Elegir el lugar más adecuado, planificar nuestro tiempo para dar la importancia que tiene a la entrevista, preparar la documentación de apoyo que llevaremos y si vamos a darle alguna al periodista.

Una vez hechos nuestros deberes, hemos de tener claro que el periodista también habrá hecho los suyos y habrá investigado sobre nosotros y nuestro proyecto, sobre el mercado, sobre nuestros competidores, en definitiva, se habrá hecho una idea sobre nosotros y tratará de verificarla durante la entrevista.

Vamos ahora al momento de la entrevista y algunos consejos para que el encuentro se desarrolle con normalidad y consigamos nuestros objetivos:

✱ **Se puntual.** Si crees que tu tiempo es oro, te puedo asegurar que el de un periodista es al menos tan valioso y normalmente tiene una agenda muy ajustada.

✱ **Empatiza con tu interlocutor.** En mi opinión, la empatía es una de las mejores cualidades que debe tener un buen comunicador. Si has hecho bien los deberes y has investigado sobre tu interlocutor, podrás ponerte en su lugar y seguro que puedes hacer que la conversación fluya en un ambiente positivo y efectivo.

✱ **No te preocupes si graba la conversación,** al contrario es muy bueno que te grabe, indica profesionalidad, interés en la entrevista y... no se deja todo a la memoria o la rapidez de tomar notas. También es un indicio de que el periodista va a trabajar el artículo.

✱ **Empieza por el final.** Una de mis recomendaciones a los portavoces es que empiece la entrevista por las conclusiones. La principal razón es que tenemos la tendencia a empezar a hablar (y no parar) sobre banalidades y cuando entramos en materia resulta que no tenemos tiempo y lo importante del mensaje lo tenemos que dar de forma atropellada, deprisa y corriendo.

✱ **No necesitas tener respuesta para todas las preguntas.** Es lícito reconocer que no sabes de un tema o decir que no puedes contestar a una pregunta determinada.

✱ Dos comentarios finales: **el "off the record" no existe** y recuerda siempre que una entrevista es un **diálogo no una discusión**.

Después de la entrevista y una vez publicada, no debemos olvidar agradecer al periodista su trabajo y difundir en nuestros canales el resultado, asumiendo que con la preparación que hemos hecho, será muy bueno.

Así pues en una entrevista cuando un emprendedor tiene un encuentro con la comunicación y sigue los pasos aquí descritos, su entrevista será un éxito, y por supuesto será un fracaso en caso contrario.

Y en esto es en lo que estamos: Encuentros con la comunicación, para evitar desencuentros y frustraciones con la comunicación. ■

MÁS INFORMACIÓN

- La Comunicación para las Startups ¿Angel o Demonio?
- Media Helping Media
- Tips Sheets
- Consejos
- Un exorcista entrevista al diablo

¿Por qué hay tantas organizaciones que siguen sin estar preparadas para IPv6?

James Lyne
CTO SANS Institute

James Lyne es el CTO del Instituto SANS, y tiene conocimientos técnicos que abarcan una variedad de dominios de seguridad, desde la medicina forense hasta la seguridad ofensiva. Ha trabajado con muchas organizaciones en estrategia de seguridad, ha manejado varios incidentes graves y es un asesor frecuente del sector. Es instructor certificado en el SANS Institute y a menudo es un presentador principal en conferencias de la industria.

Parece que llevamos toda la vida hablando sobre el protocolo de internet IPv6. Se lanzó oficialmente en 2012, pero ya existía unos años antes. En 2011 ya se había implementado en los principales sistemas operativos usados por las empresas y los consumidores. Incluso antes de esta fecha ya se sabía ampliamente que nos estábamos quedando sin direcciones IPv4.

Y, sin embargo, muchas organizaciones europeas siguen sin estar preparadas para implementar IPv6, con grandes diferencias entre países y empresas. Aunque algunas empresas no han adoptado el IPv6 oficialmente o no han desarrollado una estrategia para gestionar su implementación, al permitir la presencia en sus redes de tecnología que ya utiliza este protocolo (ya sea con el permiso explícito de sus departamentos de informática y comunicaciones o sin él) han adoptado el IPv6 de forma extraoficial. Esto implica que corren el riesgo de poner en peligro la seguridad de sus organizaciones si las reglas que gobiernan sus cortafuegos (firewalls) dejan de funcionar o si los antivirus y otros productos de seguridad no están optimizados para el tráfico IPv6.

La razón por la que encontramos tal problema en Europa es que no hay ningún organismo dedicado a supervisar e impulsar la migración al IPv6. En Estados Unidos, las políticas del gobierno para promover la transición al nuevo estándar han conseguido un mayor grado de adopción. En Asia, el uso de este protocolo se ha visto acelerado por el mero hecho del gran crecimiento de la región y la necesidad de direcciones en un contexto de limitada disponibilidad de direcciones IPv4 tradicionales.

¿QUÉ IMPIDE QUE LAS ORGANIZACIONES COMPLETEN ESTA TRANSICIÓN?

En un mundo perfecto, las organizaciones podrían construir desde cero una nueva arquitectura informática y de comunicaciones preparada para IPv6. Por supuesto, pocas organizaciones se pueden permitir este lujo, y tener que adaptar sistemas antiguos a la llegada de IPv6 implica una serie de retos que, a menudo, son sumamente difíciles.

Por ejemplo, las empresas manufactureras dependen de robots y máquinas en sus líneas de producción. Muchos de ellos utilizan Windows 95 como sistema ope-

rativo y a menudo llevan años sin actualizarse. En algunos casos, implementar IPv6 significaría detener la producción de toda la fábrica mientras se migra a IPv6, algo que resultaría extremadamente caro para la empresa.

Las empresas de telecomunicaciones vienen trabajando en esta transición desde hace años y la extenderán a los consumidores y las empresas de forma progresiva y continua. Es realmente importante asegurarse de que estén preparados los equipos de informática y comunicaciones y de seguridad, ya que, si el equipo de respuesta a incidencias y de control central de una gran empresa no está preparado para atender las alertas sobre IPv6, algunos eventos críticos podrían pasar desapercibidos.

Un reto aún mayor es el relacionado con el hecho de que el IPv6 es mucho más que "una dirección IP más larga". El nuevo protocolo es sustancialmente diferente a IPv4 y hay que rediseñar correctamente algunos aspectos de la arquitectura de las redes para mantener su rendimiento y seguridad. Y hay un verdadero riesgo al hacerlo, de cometer errores relacionados con la seguridad que podrían exponer algunos recursos involuntariamente o llevar a depender de una medida de seguridad anterior (como una pasarela con un límite en la traducción de direcciones de red y crear así una isla).

SOFTWARE Y FORMACIÓN

En muchos casos, incluso las empresas y los distribuidores de software no están aún preparados para IPv6 en lo que respecta a sus productos. Algunos productos de seguridad y de tecnología sí están preparados, pero otros siguen sin ofrecer las mismas prestaciones en el entorno IPv6 que en el IPv4. Aparte del riesgo de no tener preparadas algunas tecnologías (como los filtros web o los cortafuegos), también es muy importante asegurarse de que los profesionales de la ciberseguridad estén bien formados en el nuevo protocolo. IPv6 incluye nuevos conceptos que deben entenderse plenamente, y no es raro encontrarlos en uso de forma casual en una red sin los controles convenientemente actualizados. Así, no es extraño ver autoconfiguraciones de IPv6 en una red o que se use el protocolo en asociación con aplicaciones de Microsoft o servicios del sistema operativo sin que el equipo de seguridad y de resolución de incidencias esté al tanto de esta utilización.

Otro elemento clave que hay que tener en cuenta es la creciente falta de profesionales de seguridad cualificados y el ingente número de tareas diarias que se tienen que llevar a cabo. Hay pocos profesionales de la seguridad en general, y menos aún que tengan experiencia en esta área específica. Además, aunque las grandes empresas normalmente disponen de equipos de seguridad de considerable tamaño y la capacidad de realizar grandes inversiones en proyectos tecnológicos como la transición a IPv6, las pymes no tienen esos recursos. Dado que incluso las grandes empresas no están preparadas, podemos empezar a apreciar las dimensiones del problema si tenemos en cuenta que a lo largo de toda la cadena de suministro hay normalmente muchas empresas medianas que proveen componentes críticos a esas grandes empresas.

¿QUÉ VIENE AHORA?

Sin duda, la transición a IPv6 es un proceso doloroso para muchas organizaciones, pero es un camino que todos acabarán emprendiendo. Es importante que las empresas sigan adelante con la implementación de IPv6, dado que ya hay un sorprendente volumen de tráfico IPv6 en nuestras redes y en internet. IPv6 no se considera una moda pasajera, y las organizaciones tienen que asegurarse de no seguir adelante con su uso sin prestarle toda la atención que merece. ■

¿Te ha gustado este reportaje?
Compártelo en redes

MÁS INFORMACIÓN

- SANS Institute
- ¿Qué es IPv6 y por qué no está implementado al 100%?

NO SOLO it La visión del analista

Seguridad en movilidad, la gran olvidada

José Antonio Cano

director de análisis y consultoría de IDC España

Con más de 15 años de experiencia en consultoría estratégica, de tecnología y negocio, José Antonio Cano, doctor ingeniero de Telecomunicaciones, ha participado en el desarrollo de políticas y proyectos de promoción e implantación de nuevas tecnologías y de inversión empresarial en materia tecnológica tanto a nivel nacional como en varias comunidades autónomas.

La transformación del puesto de trabajo, el futuro del entorno laboral, las nuevas tendencias en el espacio y la cultura de trabajo, la gestión del capital humano son términos bastante conocidos y de gran interés para la toda la comunidad empresarial.

El 45% de los CIO españoles entrevistados por IDC dice que los servicios relacionados con el puesto de trabajo y movilidad son la principal prioridad de inversión. El puesto de trabajo ha pasado de ser un commodity a ser algo diferenciador, no sólo en el desempeño de la empresa, sino también a la hora de atraer talento.

Las soluciones de colaboración empresarial unidas a la movilidad ayudan en a una organización a poder afrontar el reto de la Transformación del puesto de trabajo Digital, al permitir compartir documentos en tiempo real, comunicarse de manera más eficiente entre individuos y grupos en distintas zonas geográficas, lo que agiliza el trabajo, posibilitar la conciliación y mejorar la productividad.

El uso de la tecnología impulsará la productividad, pero no sólo de los trabajadores en entornos de oficina, sino que está teniendo un impacto cada vez mayor en departamentos operativos tales como logística, producción o mantenimiento.

La movilidad sigue siendo un factor clave para abordar con éxito el puesto de trabajo digital. Según datos de IDC, la población de trabajadores móviles de Europa Occidental crecerá a un CAGR del 3,5% en los próximos cinco años, aumentando de 103 millones en 2017 a 120 millones de trabajadores en 2021. Además, el porcentaje de trabajadores móviles en la fuerza de trabajo total en Europa Occi-

dental se espera que aumente del 53% en 2016 al 63% en 2021.

Esta tendencia, unida a la distribución del mercado de trabajo donde actualmente conviven cuatro generaciones diferentes, está impactando en la adopción del fenómeno BYOD (bring your own device), sobre todo en generaciones más jóvenes y acostumbradas a la tecnología, lo que obviamente tiene impactos en ahorros y aumento de productividad pero de riesgo, ya que este fenómeno se asocia cada vez más a la tendencia conocida como BYOA o Bring Your Application (BYOA) en la cual el trabajador busca utilizar también las aplicaciones que juzguen adecuadas con o sin la intervención del departamento de TI de la organización (el caso más ilustrativo es el de whatsapp).

El problema de este tipo de tendencia es que requiere un enfoque de seguridad móvil muy diferente al que estamos acostumbrados de manera tradicional en una organización: definición y reforzamiento de políticas de acceso a la red, ofrecer acceso transparente a la misma, ofrecer herramientas de colaboración multidispositivo, administración remota de los dispositivos móviles y de sus aplicaciones, así como localización de dispositivos y capacidad de borrar de manera remota la información de la empresa, ofreciendo por tanto la posibilidad de usar dentro del dispositivo dominios separados de información personal y corporativa.

Este enfoque ayuda a la hora de lidiar con los principales retos de seguridad que se dibujan en la actualidad:

- El malware para dispositivos.
- Un riesgo de robo de propiedad intelectual e información corporativa
- El concepto de botnet, existente desde hace varios años en las computadoras personales, se ha extrapolado a las redes móviles a través de botnets como Rootstrap/Bmaster

Sin embargo, aunque la mayoría de las empresas está potenciando la seguridad para hacer frente a un panorama cada vez más cambiante, es necesario ante de establecer ninguna acción tecnológica, conocer los riesgos para el negocio de este tipo de amenazas, y diseñar así el plan de movilidad de la organización. Posteriormente, dotar a los dispositivos móviles de mecanismos de túnel de VPN que redireccione el tráfico del dispositivo para pasar por la red de la empresa donde puede revisarse que cumpla con los estándares y políticas de seguridad de esta, al mismo tiempo que se filtran malwares y virus, así como un Mobile Device Manager (MDM) que permita como mínimo administrar la localización y las aplicaciones de los dispositivos, implementar soluciones de siguiente generación...

Sin embargo, el pilar fundamental más allá del tecnológico es la educación. Es crucial sensibilizar al trabajador de los riesgos de ciberataque, entender las técnicas de ingeniería social más utilizadas por los hackers y tener buenas políticas de seguridad física. Evolucionamos a una fuerza de trabajo móvil que genera y consume información. Por ello será necesario que la estrategia de seguridad móvil de la organización no sólo esté enfocada en la defensa ante un ciberataque, sino descubrir comportamientos anómalos en la red y poderlos remediar de manera efectiva. ■

¿Te ha gustado este reportaje?
Compártelo en redes

MÁS INFORMACIÓN

Gestión de la movilidad en la empresa

it User
TECH & BUSINESS

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