



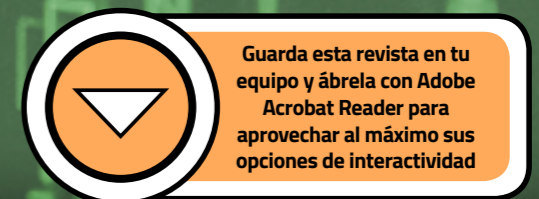
# Servicios gestionados y proactividad: claves de la nueva

# ciberseguridad

El fenómeno del Device as a Service y las oportunidades para el canal TI



La ciberseguridad en 2021 y el papel del partner, a debate



**Director**

Pablo García Reales

[pablo.garcia@itdmgroup.es](mailto:pablo.garcia@itdmgroup.es)**Redacción y colaboradores**

Hilda Gómez, Arantxa Herranz,

Reyes Alonso, Ricardo Gómez,

Eva Herrero

Favorit Comunicación, Alberto Varet

Ania Lewandowska

**Diseño revistas digitales****Producción audiovisual****Fotografía****Director General**

Juan Ramón Melara

[juanramon.melara@itdmgroup.es](mailto:juanramon.melara@itdmgroup.es)**Director de Contenidos**

Miguel Ángel Gómez

[miguelangel.gomez@itdmgroup.es](mailto:miguelangel.gomez@itdmgroup.es)**Directora IT Televisión y Lead Gen**

Arancha Asenjo

[arancha.asenjo@itdmgroup.es](mailto:arancha.asenjo@itdmgroup.es)**Directora División Web**

Bárbara Madariaga

[barbara.madariaga@itdmgroup.es](mailto:barbara.madariaga@itdmgroup.es)**Director de Operaciones**

Ángel Porras

[angel.porras@itdmgroup.es](mailto:angel.porras@itdmgroup.es)

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

# La consultoría tecnológica española resiste



A pesar de los efectos negativos de la crisis derivada de la pandemia y el desplome de la actividad económica, el sector de la consultoría consiguió ingresar en España 16.000 millones de euros en 2020, cifra solo un 0,3% inferior a la del año anterior. La necesidad de adaptación a la nueva situación y el impulso a los procesos de transformación digital, tanto en el ámbito privado como en el público, contribuyeron a mantener el tono. Por segmentos de actividad, el leve incremento de la prestación de servicios de consultoría en tecnologías de la información y outsourcing permitió compensar la disminución registrada en la demanda de consultoría estratégica.

También llama la atención que las licitaciones públicas en consultoría y servicios TI han aumentado cerca de un 20% en 2020. Por entidades, las Comunidades Autónomas son las que más licitaron, un 22,5% más que en 2019, seguidas de la

Administración General del Estado, las Entidades Locales y las Instituciones Comunitarias. Andalucía sigue siendo la comunidad con mayor importe licitado, seguida de Cataluña, Comunidad de Madrid, País Vasco y Comunidad Valenciana.

De cara a 2021 se espera un repunte del volumen del negocio, tanto en el segmento de estrategia, operaciones y procesos como en el de tecnologías de la información. Las principales áreas en las que ya se está observando un mayor dinamismo de la demanda durante los próximos años están ligadas a la inteligencia artificial, el big data, la ciberseguridad, los servicios en la nube y la automatización. ¿Le sorprende? Seguro que no, puesto que estos grandes axiomas tecnológicos ya abandonaron hace tiempo su abstracción teórica y han dado plenamente el paso a su materialización en términos de negocio. Aunque sea solo el principio. ■

**Pablo García Reales**

## EN PORTADA

# Servicios gestionados y proactividad: claves de la nueva ciberseguridad

## REPORTAJE



El software de gestión empresarial se reactiva con la pandemia

## ACTUALIDAD

El Foro Asesores de Wolters Kluwer analiza la transformación del despacho profesional

QNAP Systems y DataCore colaboran para maximizar la eficiencia del almacenamiento

Syneto reúne sus servicios cloud para pymes en la plataforma Syneto CENTRAL

Esprinet apoya a los partners de E-Business Club con un programa de consultoría

Tech Data se compromete a cumplir una serie de compromisos con sus partners

La organización de Soluciones Avanzadas de Ingram Micro sigue creciendo

Arrow lanza nuevos servicios profesionales de soporte de software en EMEA

ALSO incorpora la oferta de ciberseguridad de Kaspersky a su marketplace

V-Valley inunda su porfolio de nuevos productos

DMI suma nuevos fabricantes a su catálogo

EARPRO refuerza su porfolio de UC&C con las cámaras de Huddly

NO SOLO



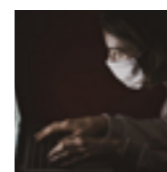
## TENDENCIAS



9 de cada 10 empresas españolas prevé aumentar sus inversiones en digitalización



XaaS representa una importante oportunidad de crecimiento para el canal TI



La pandemia incrementa la demanda de portátiles un 142% en España



Crece los productos de seguridad del correo y antispam en el canal

## REVISTAS DIGITALES



## ANUNCIANTES

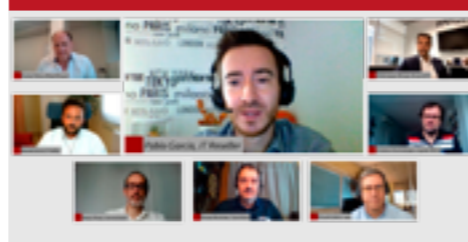
ESPRINET  
SNOM  
DMI  
SONICWALL  
STORMSHIELD  
WATCHGUARD  
INGRAM MICRO  
ARROW  
V-VALLEY  
IREO  
ENCUESTA IT TRENDS  
TECNOLOGÍA Y EMPRESA  
IT WEBINARS  
IT WHITEPAPERS  
ALMACENAMIENTO IT  
IT DIGITAL SECURITY  
IT USER

## ENCUENTROS IT Reseller



El fenómeno del Device as a Service y las oportunidades para el canal TI

## DEBATE



La ciberseguridad en 2021 y el papel del canal, a debate

# Esprinet & Apple

## Todas las soluciones que necesitas para educación

Aprende, crea y comparte  
con el Mac y Apple



consulta con tu comercial

# El Foro Asesores de Wolters Kluwer analiza la transformación del despacho profesional

**W**olters Kluwer ha celebrado entre los días 9 y 10 de junio su Foro Asesores, el evento de referencia para el despacho profesional, que ha analizado la situación actual del sector de la asesoría, y ha dado algunas claves para impulsar la recuperación económica y la transformación del mismo en tiempos de postpandemia. El evento en formato online, dirigido a profesionales de los ámbitos laboral, fiscal, contable, ha contado con la participación de expertos en diferentes ámbitos, representantes de la Administración y de colegios profesionales.

La vicepresidenta tercera y ministra de Trabajo y Economía Social, Yolanda Díaz, inauguró el Foro Asesores. A continuación, Tomàs Font, director general de Wolters Kluwer Tax & Accounting en España, y Claire Carter, EVP & Managing director de Wolters Kluwer Tax & Accounting Europe, explicaron la transformación del negocio del despacho profesional que se está produciendo en Europa para ofrecer un valor añadido a los clientes.



Posteriormente intervinieron Oriol López, asesor de profesionales y empresarios, para dar a conocer los diferentes modelos de pricing que pueden ayudar al crecimiento de los despachos, y Félix Barrio, Gerente de Ciberseguridad para la Sociedad del Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCI-

BE), que explicaron los puntos clave que los despachos profesionales deben tener en cuenta en esta materia.

El primer día se cerró con la parte más práctica centrada en la fiscalidad, con la participación de Valentí Pich, Presidente del Consejo General de Economistas,

**Yolanda Díaz, vicepresidenta tercera y ministra de Trabajo y Economía Social, inaugura este evento, que se celebró los días 9 y 10 de junio, y en el que se han tratado cuestiones como la oportunidad de los fondos europeos, los nuevos modelos de negocio, la ciberseguridad y las novedades fiscales y laborales más importantes.**

que habló del papel de los economistas en los despachos profesionales; Agustín Fernández, Presidente del Registro de Economistas Asesores Fiscales (REAF), que analizó las más recientes novedades fiscales; y finalmente Jesús Gascón, Director de la Agencia Tributaria, que explicó los retos a los que se enfrenta la Administración Tributaria.

## SEGUNDA JORNADA

La segunda jornada del Foro Asesores dedicó un primer bloque a abordar la actualidad económica con especial atención a los fondos europeos, con la intervención de Luis Socas, jefe de la Oficina de

Proyectos Europeos de la CEOE, que dió a conocer la oportunidad que estos suponen para los despachos profesionales. Y se siguió hablando de crecimiento del sector de la mano de Silvia Leal, experta en Innovación, nuevas profesiones y estrategia empresarial, que presentó modelos de negocio y procesos vitales tras el COVID-19.

El segundo bloque de la jornada se dedicó a la actualidad laboral, con Ricardo Gabaldón, presidente del Consejo General de Graduados Sociales, que analizó el papel de este profesional; y Rosa M.ª Virolés, magistrada del Tribunal Supremo, que repasó las principales novedades en

este ámbito, entre las que destaca la obligatoriedad de las empresas de realizar un registro salarial. ■

## MÁS INFORMACIÓN

[Wolters Kluwer adapta sus soluciones de facturación al sistema TicketBAI](#)

[Wolters Kluwer contribuirá a la digitalización de España como socio de la CEOE](#)

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



## Todo su ecosistema de soluciones en a3Marketplace

Wolters Kluwer aprovechó asimismo el evento para presentar su nuevo a3Marketplace, una plataforma online que da visibilidad a todo su ecosistema de soluciones, ya que incluye las aplicaciones desarrolladas por partners que conectan con las soluciones propias de la compañía y que ofrecen servicios complementarios en diferentes ámbitos, como la firma y el certificado digitales, o especializados para sectores concretos, como la gestión del proceso comercial, las notas de gastos, la gestión de almacenes, residuos o alojamientos turísticos, entre otros.

a3Marketplace incluye tanto las aplicaciones desarrolladas por ISVs como a través de APIS con el objetivo de ofrecer nuevas experiencias a los clientes a través de soluciones más completas, flexibles y eficaces que permitan una conectividad total de los negocios. Los integradores de software y los proveedores especializados disponen así de nuevas oportunidades de colaboración con el objetivo de hacer crecer su negocio comercializando productos conectados con la plataforma de soluciones online a3innuva y otras soluciones de la compañía.



**Tomàs Font Zapater**

DIRECTOR GENERAL WOLTERS KLUWER TAX&ACCOUNTING

# QNAP Systems y DataCore colaboran para maximizar la eficiencia del almacenamiento

**Q**NAP Systems ha colaborado con DataCore para ofrecer un sistema de archivos global y asequible, que proporciona una plataforma de archivado y transferencia de archivos local y automatizada para empresas con entornos de nube híbrida distribuidos, maximiza la eficiencia del almacenamiento gracias a la organización de datos por niveles basada en IA y, al mismo tiempo, simplifica el acceso a los datos en múltiples sedes.

Cuando las empresas experimentan una transformación digital, se generan más datos y se necesita un espacio de almacenamiento significativo. El NAS de QNAP ofrece un almacenamiento de alta capacidad que admite todos los tipos de almacenamiento, incluyendo almacenamiento de objetos, a nivel de archivos y a nivel de bloques. Los usuarios pueden ejecutar DataCore vFile como una capa de virtualización en el NAS all-flash TS-h2490FU con QuTS hero de



La unión de ambas compañías pone a disposición de los administradores de TI una solución de archivado y transferencia de archivos local, automatizada y asequible para entornos de nube híbrida. El NAS de QNAP con DataCore vFile facilita la organización de datos por niveles basada en IA y simplifica el acceso a los datos en múltiples sedes.

QNAP como servidores primarios para almacenar metadatos y datos activos, y aprovechar el NAS TVS-h1688X más asequible como almacenamiento secundario para guardar datos inactivos.

### SENCILLA ADMINISTRACIÓN MASIVA

Al implementar vFilO de DataCore en el NAS primario, el personal de TI puede administrar fácilmente millones de archivos estableciendo políticas para identificar los datos que se van a archivar en el NAS secundario a partir de los metadatos (como la actividad del archivo) y permitir una organización automática de los datos por niveles basada en IA. Con DataCore vFilO, compatible con el almacenamiento definido por software (SDS), el personal de TI también puede escalar fácilmente hasta cuarenta unidades NAS para aumentar de forma flexible la capacidad de almacenamiento cuando sea necesario.

“DataCore vFilO permite crear un sistema de archivos global y escalable en sedes distribuidas que van desde instalaciones locales hasta recursos SMB y NFS basados en la nube. Realiza continuamente tareas de equilibrio de carga, protege y migra los datos entre los niveles primarios activos y los niveles secundarios como el almacenamiento de objetos S3. Los usuarios pueden

aprovechar fácilmente una arquitectura definida por software para maximizar la flexibilidad mezclando y combinando el almacenamiento que deseen según su coste, rendimiento y otros requisitos individuales”, afirma Joshua Lai, responsable técnico de cuentas de DataCore.

Por su parte, Calvin Ma, responsable de producto de QNAP, señala que “los administradores de TI necesitan una solución informática para obtener toda la información de sus datos de forma que puedan archivarlos fácilmente y, al mismo tiempo, garantizar que estén fácilmente accesibles en entornos distribuidos. El NAS de QNAP con DataCore vFilO ayuda a simplificar las tareas de archivado y organización de archivos por niveles, lo que reduce tanto los costes de gestión como los de almacenamiento a la vez que aumenta la accesibilidad de los datos”. ■



### MÁS INFORMACIÓN



[QNAP intensifica su apuesta por el mercado de infraestructura SD-WAN](#)



[QNAP apuesta por el reconocimiento facial basado en IA para el control de accesos](#)



## QNAP amplía su propuesta de conectividad para profesionales y pequeñas empresas

Para aquellos usuarios que buscan actualizar por completo su infraestructura de red sin invertir demasiado, QNAP Systems presenta la sencilla serie QSW-2104 de switches no gestionables, compatibles con 2,5GbE/10GbE y adaptadores de PCIe/USB, que permite que los sobremesas, servidores y portátiles aprovechen el ancho de banda que ofrecen las redes de próxima generación. La serie incluye el modelo QSW-2104-2S, de 6 puertos, incluyendo 2 puertos SFP+ 10GbE (10G/1G) y 4 puertos RJ45 de 2,5GbE; y el modelo QSW-2104-2T, de 6 puertos, con 2 puertos RJ45 de 10GbE (10G/5G/2,5G/1G/100M) y 4 puertos RJ45 de 2,5GbE (2,5G/1G/100M).

Sin necesidad de una configuración compleja, la serie QSW-2104 admite la negociación automática que optimiza las velocidades de transferencia y el rendimiento de cada dispositivo conectado. También incluye una función de detección de bucles de red que bloquea automáticamente los puertos afectados por el bucle para garantizar que el entorno de red reanude rápidamente su funcionamiento normal.

La serie QSW-2104 presenta un diseño sin ventilador para un funcionamiento casi silencioso. Este exclusivo sistema de refrigeración y ventilación garantiza un rendimiento fiable sin ningún tipo de reducción del flujo de tráfico ni ruidos molestos.



# Syneto reúne sus servicios cloud para pymes en la plataforma Syneto CENTRAL

Con el objetivo de mejorar la simplicidad, velocidad y seguridad de sus soluciones HYPERSeries, Syneto ha presentado Syneto CENTRAL, una plataforma de servicios en la nube diseñada para ayudar a las empresas a centralizar el uso de los recursos de TI a la vez que simplifica las operaciones y ofrece una mayor velocidad y una mejor protección.

Syneto CENTRAL representa el punto de partida de una oferta de servicios en la nube diseñada para dar apoyo a los productos existentes de la empresa. Gracias a este enfoque de nube híbrida, Syneto CENTRAL ofrece un ecosistema de productos y servicios llamados a cubrir todas las necesidades de TI de las empresas modernas. Todos los servicios se han diseñado para complementarse entre sí y todos pueden controlarse de forma sencilla mediante unos pocos clics en la consola CENTRAL.

“En un mundo en el que todo se está volviendo «inteligente», era lógico que nuestro trabajo también se volviera «in-

teligente». Como empresa, Syneto se adapta continuamente al cambio y a las nuevas tecnologías”, comenta Matteo Restelli, Country Manager de Syneto Iberia. “Era entonces lógico también que ayudáramos a las organizaciones a abrazar las nuevas tendencias como la digitalización y el trabajo inteligente. Syneto

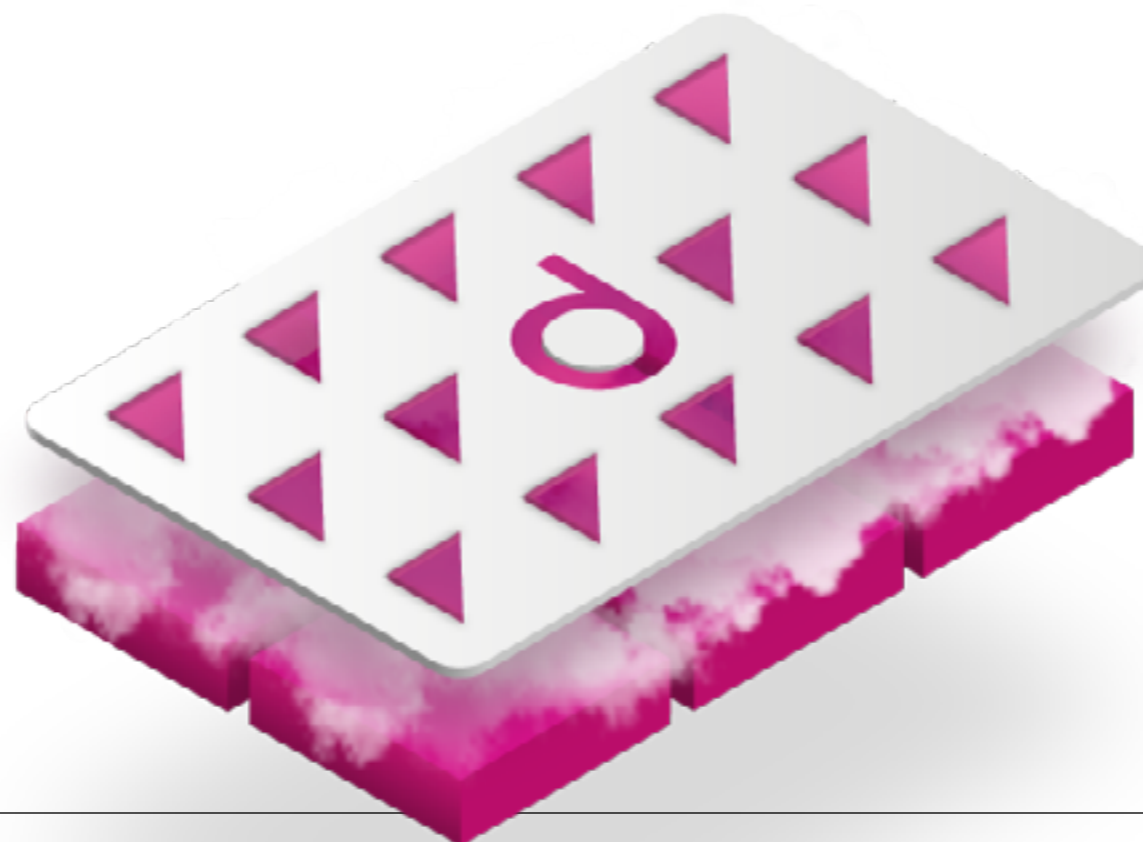
Central abarca los potentes servicios de nube de Syneto”.

## SERVICIOS DE CENTRAL

Los servicios que se ofrecen actualmente en CENTRAL son:

❖ **Servicio de gestión de flotas**, que ofrece una visión general de la flota de

**Syneto CENTRAL ofrece un ecosistema de servicios diseñado para dar apoyo a los productos existentes de la empresa, que abarca un servicio de gestión de flotas, el servicio de gestión de asistencia proactiva SerenITy y el servicio de acceso en remoto (RAS). Todos ellos se complementan entre sí y pueden controlarse en la consola de CENTRAL.**



Syneto, así como un inventario de las máquinas y su estado, en función de sus respectivas ubicaciones. Entre los principales beneficios que ofrece un servicio de gestión de flotas se incluyen la monitorización sencilla de todas las máquinas Syneto en un solo lugar, toda la documentación del producto se encuentra en un solo lugar, y toda la información de la asistencia, como el nivel y la duración, también puede encontrarse aquí; además, las notificaciones relativas a los planes de asistencia se emiten automáticamente.

❖ **SerenITy**, un servicio de gestión de asistencia proactiva para minimizar los

tiempos dedicados a las actividades de soporte y mantenimiento, que no aportan valor a los negocios. SerenITy simplifica y acelera los servicios de asistencia, ofrece un servicio personalizado y monitoriza de forma inteligente los equipos Syneto para identificar problemas de forma preventiva.

❖ **Servicio de acceso en remoto (RAS)**, que ofrece un acceso seguro, rápido y sencillo a las aplicaciones y datos corporativos, permitiendo a los responsables de TI configurar fácilmente el acceso seguro de todos los trabajadores remotos a la red corporativa.

CENTRAL ha sido diseñado para ser

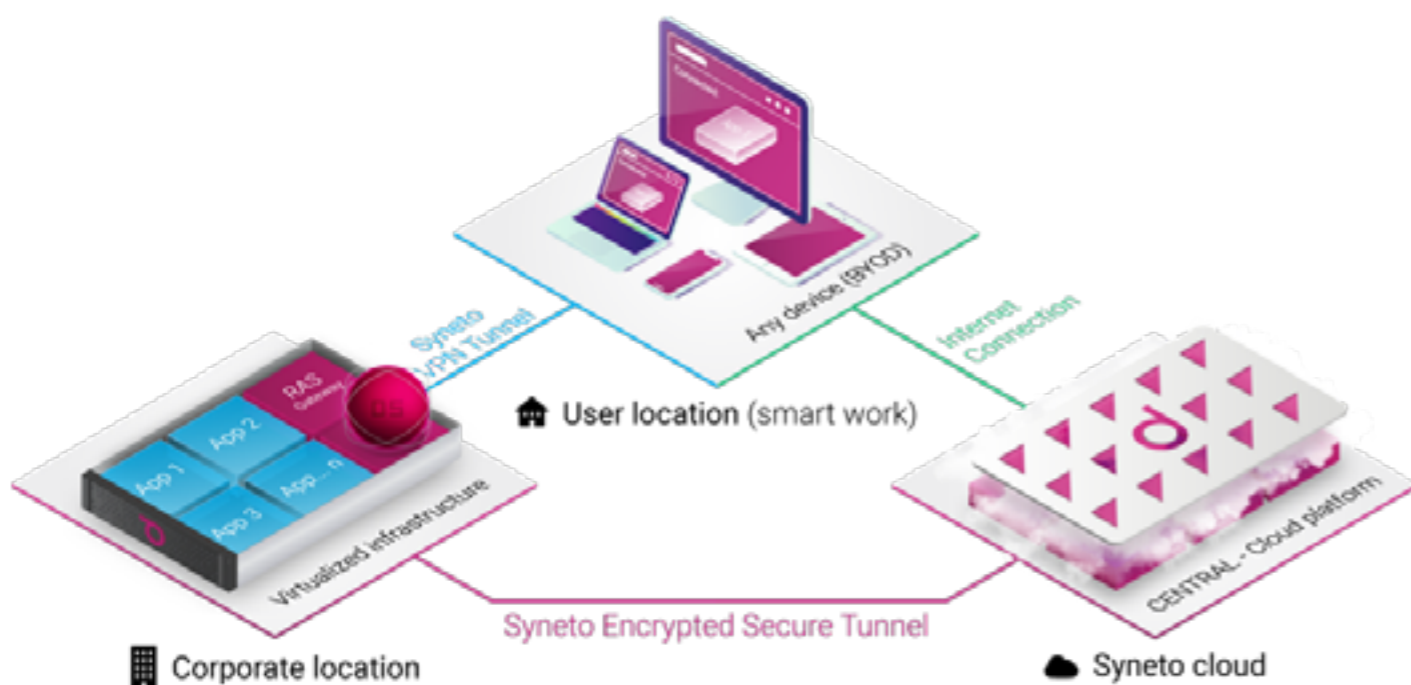


simple, seguro y fácil de usar, por lo que viene con un panel de control que da acceso a una visión general de las máquinas de Syneto, los usuarios de la empresa, las ubicaciones, etc., simplificando los procesos de gestión y de supervisión. Para garantizar que los clientes puedan acceder a su infraestructura desde cualquier lugar, Syneto ofrece mayor atención a la seguridad, a través de un proceso de autenticación de dos factores. ■

**MÁS INFORMACIÓN**

www Syneto financia a sus partners la compra de infraestructura con Syneto 0%

www Syneto ayuda a las pymes a simplificar, acelerar y proteger sus operaciones de TI



**INFORME: HACIA LA EMPRESA HIPERINTELIGENTE**



IT Research ha realizado para MicroStrategy un estudio acerca de la toma de decisiones en la empresa y las herramientas utilizadas. Según el informe, un 86% de los consultados afirma que la información interviene en más del 40% de las decisiones que se toman en su organización. Además, un 71% considera que en su compañía estas decisiones se llevan a cabo con la información lo más actualizada posible; un 29% cuestiona esta posición.

# Las soluciones IP de Snom, perfectas para cualquier necesidad

Tanto si se trabaja desde casa o desde la oficina, las soluciones de telefonía IP de Snom satisfacen todas las necesidades. Ahora, con Snom, utilizando el teléfono corporativo en el hogar, también es posible obtener una comunicación perfecta.

Benefíciense ahora de la tecnología flexible, innovadora, asequible y segura de Snom, el especialista en telefonía IP.



snom

M80



M90



C52 SP



A190



A170



D785



D385



snom.com

# Esprinet apoya a los partners de E-Business Club con un programa de consultoría

**A** causa de la pandemia, durante 2020 la mayoría de las empresas del mundo tuvieron que acelerar la transformación digital de sus negocios. Dada esta situación, Esprinet quiso posicionarse una vez más al lado de los distribuidores, en este caso de los que forman parte de E-Business Club, con un programa de consultoría estratégica digital, dirigido a ayudarles a transformar y optimizar la digitalización de sus negocios.

De la mano de Wanatop y en distintas reuniones con los clientes interesados, se pudieron evaluar los distintos proyectos, establecer la estrategia y en muchos casos implantarlas para la consecución de los objetivos que inicialmente perseguían los clientes.

“Desde Esprinet consideramos que la digitalización es un factor clave para nuestros clientes y pensamos que sería una forma muy interesante de trabajar con ellos y de-



De la mano de Wanatop, los distribuidores han participado en un programa de consultoría estratégica digital para transformar y optimizar la digitalización de sus negocios. “Hemos querido analizar cada caso en concreto para poder dar soluciones a medidas y nuestros clientes lo han valorado de forma muy positiva”, afirma Carlos Rodríguez, de Esprinet.

sarrollar sus negocios y más en este aspecto tan relevante hoy en día. Estamos muy satisfechos con los resultados obtenidos, además teniendo en cuenta que no es un proceso que termine aquí, sino que sigue desarrollándose para la aplicación de todos los recursos y la formación que desde Wanatop se ha impartido a los clientes para el logro de sus objetivos de negocio. Hemos querido analizar cada caso en concreto para poder dar soluciones a medidas y nuestros clientes lo han valorado de forma muy positiva”, afirma Carlos Rodríguez, Business Developer SMB Channel de Esprinet Ibérica.

Por su parte, Carolina Iguaz, Growth Manager de Wanatop, asegura que “para nosotros ha sido un trabajo muy gratificante poder trabajar con Esprinet y sus clientes en la mejora de sus negocios digitales. Detectar sus principales problemas y poderles guiar para conseguir sus objetivos es, sin duda, una labor que nos hace trabajar mano a mano con ellos, buscando siempre la mejor forma de enfocar los cambios. Encontrarnos con clientes dispuestos, cercanos y con ganas de colaborar y mejorar es siempre nuestra mejor recompensa”, nos comenta.

### NUMEROSOS CLIENTES

Han sido numerosos los clientes que han participado en esta iniciativa. En el caso

de Infinituum, desde Wanatop se trabajó en la propuesta de valor, en la voz de la marca, beneficios de servicio y definición del cliente ideal, y en consejos generales de redacción persuasiva para su página principal. Además, todo esto ha estado acompañado de una lluvia de ideas constante y estos resultados se han implementado en la web de Infinituum.

Alberto Morláns, de Infinituum, ha destacado “la claridad de transmisión de conceptos para que hayamos podido entender su lenguaje digital es algo que agradecemos enormemente. Su implicación, sugerencias y líneas maestras en cuanto a estructurar la información y los contenidos, nos han parecido los puntos más destacables a la hora de afrontar este proyecto, ya que nos ha permitido acercarnos al objetivo que buscábamos y que nuestras sites expliquen y por supuesto vendan mejor nuestros servicios”. ■



### MÁS INFORMACIÓN



[Esprinet Ibérica contratará a 56 nuevos empleados para impulsar su crecimiento](#)



[Esprinet finaliza el primer trimestre con un sólido crecimiento del 28%](#)

## También los iPhones

Esprinet logra un nuevo hito en su estrategia de distribución, con la incorporación de los iPhone a su oferta. Como mayorista autorizado de Apple, Esprinet completa así el catálogo de los productos del fabricante, consolidando uno de los negocios más representativos del canal y que sin duda resultará muy atractivo. Todo el catálogo estará disponible, como hasta ahora, para todos los clientes de los distintos canales de venta.

“Gracias a la incorporación de esta línea de negocio, podremos ofrecer a nuestros clientes el 100% del universo Apple, para poder satisfacer todas sus necesidades centralizadas en una única figura que les ofrece solidez en el mercado para su negocio”, comenta Pilar Reinares, Business Unit Manager de Esprinet Ibérica.

Esprinet se encuentra actualmente en un momento muy positivo, y los últimos resultados presentados tanto de su año fiscal 2020 como los del primer trimestre de 2021 son la muestra del trabajo realizado por el mayorista y la confianza depositada por sus clientes.



# Tech Data se compromete a cumplir una serie de compromisos con sus partners

En 2008, Tech Data fue la primera empresa mayorista TI que publicaba sus compromisos en calidad en el servicio, una iniciativa pionera en el mercado español de distribución que permitía a los clientes conocer sus derechos y solicitar, en caso de incumplimiento, una compensación. Pues bien, se ha presentado una nueva carta de "Compromisos Tech Data" que incluye seis elementos fundamentales para una excelente y productiva relación comercial con los partners:

- ❖ **Logística de primera**, con entrega de pedidos en 24 horas en Península (excepto zonas 48 horas y pedidos de volumen) y respuesta a incidencias logísticas en 48 horas.

- ❖ **Asignación ágil de crédito**, con respuesta en 48 horas.

- ❖ **Contacto comercial rápido y efectivo**, mediante correos contestados en 2 horas para clientes Digital Partner, y entre 4 y 6 horas para el resto.

- ❖ **Rectificación en tiempo récord**, a través de abonos por discrepancias en precios en 72 horas.

- ❖ **Devolución cómoda y rápida**, con tramitación comercial de devoluciones en 24 horas.

- ❖ **Acceso rápido a In Touch**, por el que todo nuevo cliente tiene acceso en 24

horas desde la aprobación de la cuenta. El incumplimiento de estas promesas abre la puerta a los clientes de Tech Data a solicitar una compensación. Para facilitar la operativa, se ha diseñado un procedimiento online, sencillo y rápido, para que los clientes puedan presentar sus quejas, tras las que Tech Data entregará un bono



La lista de compromisos abarca una serie de elementos clave en la relación entre Tech Data y sus clientes españoles, desde el contacto comercial, la logística, las incidencias, el crédito a las operaciones, los abonos en caso de discrepancia y el acceso a las herramientas digitales de la empresa. En caso de incumplimiento, los partners pueden solicitar una compensación.



de 10 euros para que el cliente pueda utilizarlo en su siguiente compra.

“Nuestro Compromiso con la calidad de nuestro servicio fue una propuesta muy bien acogida. Durante este tiempo, hemos podido comprobar con satis-

## Seguridad inteligente con Yale

Según un estudio reciente, se prevé que el tamaño global del mercado del hogar inteligente crezca desde los 78.300 millones de dólares en 2020 hasta los 135.300 millones de dólares previstos para 2025, con una tasa de crecimiento compuesto anual del 11,6%. Con el fin de apoyar a sus partners a responder a este crecimiento de la demanda, Tech Data ha invertido en equipos dedicados al mercado de hogar inteligente y ha desarrollado un porfolio de soluciones que cubre todo el ecosistema de smarthome, al que los partners pueden acceder a través de InTouch. La

última incorporación es Yale, marca con la que ha firmado un acuerdo para ofrecer sus soluciones inteligentes de seguridad en toda Europa, ampliando así su colaboración actualmente existente en Reino Unido y Benelux.

En virtud del acuerdo, los partners europeos podrán ac-

ceder a la oferta de cerraduras inteligentes, cámaras de interiores y exteriores, y alarmas inteligentes para el hogar de Yale, todas ellas con integración en los principales sistemas domésticos inteligentes y plataformas de asistentes de voz como Amazon Alexa, Google Assistant y HomeKit.



## Dispositivos y accesorios Apple

Tech Data ha anunciado la incorporación a su división de Endpoint Solutions de toda la cartera de dispositivos de Apple. El mayorista ya distribuía los smartphones iPhone y los dispositivos AirPods. Ahora, los partners españoles podrán mejorar su oferta con tabletas iPad, ordenadores personales Mac, reproductores de medios portátil iPod, smartwatches Apple Watch y reproductores de medios digitales Apple TV.

La oferta de Tech Data no se limita exclusivamente a la disponibilidad de la gama completa de productos de Apple, sino que se complementa con una rica oferta de accesorios de todo tipo del

propio fabricante y de otros fabricantes especializados.

Según Antonio Valiente, director de Endpoint Solutions Iberia, “los partners de Tech Data también pueden beneficiarse y aprovechar nuestra propuesta de Tech-as-a Service para vender las soluciones de Apple de forma sencilla y rápida mediante suscripción, así como del programa Tech Data Renew, que ayuda a nuestros partners a mantener y reforzar sus relaciones con los clientes finales, al ofrecerles la posibilidad de renovar sus equipos sin complicaciones y beneficiándose de toda una serie de servicios de alto valor añadido”.



facción cómo nuestro nivel de atención y servicio se ha mantenido en unos niveles muy sobresalientes”, señala Marta Juderías, directora de Marketing en Tech Data España. “Ha servido de guía y referencia para nuestros clientes, y de estímulo para nosotros, obligándonos a seguir manteniendo una posición de liderazgo en el mercado tecnológico español. Solo conociendo nuestros fallos somos capaces de mejorar”. ■

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



## MÁS INFORMACIÓN

[Tech Data impulsa el negocio del canal con nuevas marcas de tecnología de consumo](#)

[SYNNEX y Tech Data se fusionan creando un gigante de la distribución TI](#)

## Comunicaciones unificadas con Crestron

Tech Data ha firmado un acuerdo con Crestron Electronics para distribuir su gama de plataformas de soluciones de comunicaciones unificadas.

La gama incluye soluciones de salas de vídeo y audio, conferencias de audio, dispositivos de comunicación personal, paneles de reserva de salas, sensores IoT y soluciones de intercambio de contenido inalámbrico. Se trata del único acuerdo de distribución global

del fabricante y cubrirá, a través de Maverick AV Solutions, la división especialista AV de Tech Data, 16 mercados europeos, así como Estados Unidos y Canadá.

Este acuerdo nace para satisfacer la creciente demanda de soluciones de colaboración en el mercado empresarial y corporativo en todo tipo de entornos de negocio, y abarca los equipos Crestron Flex Enterprise UC, incluidos los

dispositivos Crestron Mercury Microsoft Teams Room, que permiten un rápido despliegue de espacios de colaboración en todo el mundo. A medida que la cartera de Crestron Electronics Enterprise UC evoluciona y se desarrolla, todos los productos futuros estarán disponibles a través de Maverick AV Solutions, incluyendo las próximas soluciones de salas de reuniones basadas en Android para Microsoft Teams.



## ESPAÑA EN LA ERA POST-COVID

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





# DMI

Computer

Disponible en [www.dmi.es](http://www.dmi.es)

# KIOXIA

# Juntos compartimos.



## USB TransMemory U203

KIOXIA  
**32** GB

KIOXIA  
**64** GB

KIOXIA  
**128** GB

# La organización de Soluciones Avanzadas de Ingram Micro sigue creciendo

Las inversiones multimillonarias de Ingram Micro dentro de su organización global de Soluciones Avanzadas (Advanced Solutions) están generando recursos, oportunidades, soluciones y servicios nuevos e innovadores para los partners del canal de TI en más de 122 países. Como parte de sus esfuerzos, el mayorista continúa modernizando sus procesos y sistemas, lo que permite que los socios de canal se vean beneficiados y brinden al cliente una experiencia más excepcional.

“Nuestra organización global de Soluciones Avanzadas continúa brindando a nuestros socios de canal una clara ventaja en los mercados a los que abastecen a nivel local y global”, afirma Paul Bay, vicepresidente ejecutivo y presidente de Soluciones Tecnológicas Globales de Ingram Micro. “Continuamos invirtiendo y prestando servicios como socios comerciales de los proveedores de soluciones, así como de proveedores de servicios administrados y en la nube,

al brindarles formas más innovadoras de administrar mejor sus negocios, hacer crecer los mercados más rápido y hacer más por sus clientes. También hemos ayudado a que sea más sencillo para los fabricantes de tecnología y las empresas de cloud y software tener un canal de ventas eficiente y de alto impacto en todo el mundo”.

## GRANDES HITOS

Durante los últimos tres años, la organización Soluciones Avanzadas de Ingram Micro permitió que miles de socios de canal de empresas pequeñas y medianas pudieran ofrecer una variedad de soluciones tecnológicas, lo que incluye inteligencia artificial, cloud, data center, Internet de las cosas (IoT), seguridad y tecnologías de comuni-

**En los últimos 18 meses, la organización ha logrado importantes hitos, entre ellos un programa personalizado para proveedores emergentes de soluciones y servicios tecnológicos de nivel empresarial, como UiPath; un crecimiento récord de casi el 30% en ciberseguridad; y el debut del Centro de excelencia de comunicaciones unificadas y colaboración en EMEA.**



caciones unificadas como servicio (UCaaS). Además, en los últimos 18 meses, la organización ha logrado importantes hitos, entre ellos el establecimiento de un equipo de Ingram Micro Financial Solutions preparado para diseñar formas de impulsar el flujo de caja, al permitir que las empresas compren licencias junto con productos de tecnología para que el consumo de esta sea un gasto operativo; un programa personalizado para fabricantes emergentes de soluciones y servicios tecnológicos de nivel empresarial, como UiPath; un crecimiento récord de casi el 30% en soluciones de ciberseguridad de más de 80 proveedores; el debut del Centro de excelencia de comunicaciones unificadas y colaboración en EMEA; y el lanzamiento del equipo de laboratorio de innovación y experiencia virtual de IoT de Ingram Micro con sede en Irvine, California.



Además, se está invirtiendo aún más para mejorar la experiencia de Ingram Micro en todos los ámbitos y en categorías específicas, incluidas la robótica y automatización, así como IoT e inteligencia artificial.

“Estamos formando un ecosistema de asociaciones valiosas, combinadas con expertos que solo Ingram Micro puede brindar para que sea más sencillo para

**Las inversiones multimillonarias de Ingram Micro dentro de su organización global de Soluciones Avanzadas (Advanced Solutions) están generando recursos, oportunidades, soluciones y servicios nuevos e innovadores**



## ThycoticCentrify amplía su capacidad en España de la mano de Ingram Micro

ThycoticCentrify, formado tras la fusión de los líderes de gestión de acceso privilegiado (PAM) Thycotic y Centrify, ha firmado un acuerdo a nivel internacional con Ingram Micro, por el que ofrecerá sus soluciones tecnológicas a todo tipo de organizaciones empresariales e institucionales de nuestro país. Se trata de una asociación de gran importancia y valor para los proveedores de servicios e integradores, ya que tendrán acceso a una de las ofertas SaaS más amplias del mercado y con mayor soporte del sector.

ThycoticCentrify proporcionará a los socios de Ingram Micro una de las plataformas más extensas en el sector de la seguridad de las identidades privilegiadas. La velocidad de implementación de Thycotic-

Centrify y las ofertas de PAM as-a-service permitirán a las organizaciones de todos los tamaños satisfacer las necesidades de sus clientes de una manera eficiente, segura y conforme al cumplimiento.

ThycoticCentrify ofrecerá a los socios de Ingram Micro la oportunidad de hacer que la gestión de identidades y cuentas privilegiadas a nivel empresarial sea accesible para todos, al eliminar la dependencia de herramientas de seguridad complejas y crear soluciones PAM que priorizan la productividad, la flexibilidad y el control. La compañía cuenta con un modelo sólido centrado en el cliente con un gran soporte técnico, interfaces de usuario fáciles de usar y una instalación y configuración sencillas.

nuestros socios de canal salir al mercado de una manera más ágil con soluciones tecnológicas modernas”, comenta Savine Howest, vicepresidenta de IoT y Compromiso con los Socios Globales de Ingram Micro. “El 2020 nos acercó más a nuestros partners y proveedores, juntos nos hicimos más fuertes y logramos más de lo que imaginamos. Este año hemos puesto el listón muy alto para invertir en nuestros socios y darles una ventaja aún mayor”. ■



## MÁS INFORMACIÓN

[IDC e Ingram Micro arropan al canal en su impulso a la digitalización de las pymes](#)

[‘El canal es muy consciente del momento histórico que estamos viviendo’: Jaime Soler \(Ingram Micro\)](#)

## Acuerdo de colaboración con Owl Labs

Owl Labs ha anunciado una asociación estratégica con Ingram Micro Pan Europe para ampliar su alcance en toda Europa y reforzar su presencia entre los principales distribuidores verticales europeos. En virtud del acuerdo, su producto estrella, el Meeting Owl Pro, se distribuirá desde un almacén centralizado en Straubing (Alemania) y que atenderá a su cadena de suministro repartida en 17 centros de distribución que operan en los 28 países de la UE.

Con la rápida adopción del trabajo híbrido y los equipos remotos, es más importante que nunca mantener una comunicación y una colaboración eficaces, independientemente de la ubicación. Las empresas pueden lograr una experiencia de colaboración en equipo sin problemas con Meeting Owl Pro, cuya tecnolo-

gía de inteligencia le permite centrarse automáticamente en quién está hablando en una sala utilizando señales de audio y visuales de su cámara de alta definición de 360°, así como ocho micrófonos y tres altavoces, que cuentan con un rango de captación de cinco metros. El dispositivo inteligente es capaz de crear una experiencia totalmente envolvente, casi cara a cara, para todos los participantes implicados, y también es compatible con todas las plataformas de videoconferencia populares.

Los productos de Owl Labs son utilizados por más de 50.000 empresas en 156 países en una amplia gama de categorías, entre las que se encuentran Ogilvy, ClearScore, la Universidad de Ciencias Aplicadas de Berna y el Colegio de Praga.

# OWL LABS

## BIENVENIDOS A UN MUNDO EN 360°

Meeting Owl Pro.  
Cámara premium de 360°



## IT TRENDS 2021. ASIMILANDO LA ACELERACIÓN DIGITAL

¿Qué tendencias tecnológicas dominarán en el año post-pandemia? ¿En qué áreas y tendencias TI se concentrarán las inversiones de las empresas? ¿Qué corrientes se desarrollarán en los próximos meses? ¿Qué objetivos se marcan los responsables de TI de las empresas españolas para este año 2021? En este informe de IT Research desvelamos las principales claves de las estrategias TI para este 2021.

# Arrow lanza nuevos servicios profesionales de soporte de software en EMEA

**A**rrow Electronics ha introducido servicios de soporte de software para ayudar a los clientes a acelerar su camino hacia la producción. Las áreas cubiertas incluyen inteligencia artificial, software de aplicación, software de seguridad, integración del sistema operativo y software en la nube. Aprovechando el Software Competence Center de Arrow en Gdansk (Polonia), se podrá acceder a los servicios a través de todas las sucursales locales de Arrow en Europa, Oriente Medio y África (EMEA). Estos nuevos servicios complementan las capacidades de diseño de hardware y software existentes que ofrece el núcleo de chips, el brazo de servicios de ingeniería profesional de Arrow a nivel mundial.

Los diseños de sistemas integrados están avanzando a nuevas alturas con mayores conjuntos de funciones. La proporción del esfuerzo del proyecto dedicado al desarrollo de software para estos proyectos avanzados es ahora un factor determinante para la ejecución exitosa del diseño. Reconociendo la importancia del soporte de software, Arrow ha invertido

en sus equipos de ingeniería, desarrollando la experiencia para ayudar a los clientes a lo largo del proceso de desarrollo de software.

## EXPERIENCIA Y METODOLOGÍA

Los servicios de soporte de software de Arrow brindan a los clientes experiencia en ingeniería en sistemas operativos y compiladores (Linux, RTOS, C ++, Python, Javascript, TensorFlow, Torch); protocolos de comunicación (Wi-Fi, TCP/IP, BT, BLE, Mesh, ZigBee, Thread, celular); arquitecturas de soluciones (edge computing, automoción, DevOps); junto con experiencia específica en IoT, inteligencia artificial y aprendizaje automático, visión por computadora e integración y conectividad cloud.

Los servicios de soporte de software profesional de Arrow siguen un menú estructurado para que los clientes elijan. Algunos servicios iniciales, como la asistencia para que las herramientas de desarrollo del proveedor de hardware estén en funcionamiento con el software estándar compatible, son gratuitos. Otras

tareas más complicadas se basan en tarifas, y el objetivo clave de Arrow es ayudar al cliente a llevar su producto al mercado lo más rápido posible.

Utilizando una metodología de desarrollo ágil, Arrow proporciona una entrega continua de código de software para la evaluación de proyectos, lo que permite a los clientes probar el software al principio del diseño de su sistema contra las especificaciones de requisitos del producto. Este enfoque permite la mejora continua y la planificación adaptativa. El punto de par-

**Algunos servicios iniciales, como la asistencia para que las herramientas de desarrollo del proveedor de hardware estén en funcionamiento con el software estándar compatible, son gratuitos.**



tida para un compromiso con Arrow puede ser el software del cliente existente, o Arrow puede participar en la arquitectura de un nuevo proyecto. ■



## MÁS INFORMACIÓN



Arrow suma a su cartera las soluciones de protección y recuperación de datos de Rubrik

## Protección y recuperación de datos con Rubrik

Arrow ha firmado un acuerdo con Rubrik, mediante el cual se posiciona como distribuidor de valor añadido de las soluciones para la gestión cloud y automatización de datos del fabricante en España y Portugal. Arrow incorpora con esta alianza a su completo porfolio soluciones de gestión de datos cloud, recuperación y copias de seguridad en la nube, protección de los datos frente a ciberataques como el ransomware y cumplimiento con las normativas, así como soluciones para la protección de bases de datos NoSQL, ayudando a las empresas en su proceso de migración a la nube y en la gestión eficaz y el rendimiento de los datos. Las soluciones de Rubrik ayudan a las empresas a lograr el control de los datos para impulsar la

resiliencia del negocio, la movilidad en la nube y el cumplimiento de la normativa.

“El nivel de datos que manejan actualmente las empresas es mayor que nunca y gestionarlos de forma eficaz y segura puede suponer un salto cualitativo para muchas compañías” señala Iñaki López Monje, regional director de Arrow Enterprise Computing Solutions Business para España y Portugal. “En Arrow, estamos muy contentos de incorporar las soluciones de Rubrik a nuestro porfolio, para facilitar a las empresas de todos los tamaños una gestión, análisis y protección de su información de datos que aporte beneficios a sus negocios e impulse sus procesos de digitalización y adopción de estrategias cloud”.



## Ciberseguridad integral con Skybox

Arrow Electronics ha firmado un acuerdo de distribución para España y Portugal con Skybox Security, a través del cual acercará a los partners de canal de Iberia las soluciones del fabricante.

Skybox Security proporciona soluciones para la gestión proactiva de la seguridad empresarial, aportando inteligencia y contexto en la toma de decisiones de la estrategia de negocio y programas de seguridad. Entre ellas destaca Skybox Security Posture Management Platform, una solución con la capacidad de visualizar y analizar colectivamente redes híbridas y multicloud, con un amplio contexto y conocimiento de la superficie de ataque, que al integrarse con más de 150 soluciones de gestión de redes, seguridad, cloud y TI, se posiciona como una herramienta clave para los partners de seguridad.

“Estamos encantados de haber firmado este nuevo acuerdo de distribución con Arrow para España y Portugal. Arrow es un proveedor líder de

soluciones en TI empresarial, seguridad y Cloud. Por lo tanto, su experiencia en entornos híbridos convierte a Arrow en un distribuidor ideal para respaldar la creciente demanda del mercado de la plataforma Skybox y construir un ecosistema de partners de canal maduro en la región”, afirma Jono Clarke-Storey, director de canales de EMEA, Skybox Security. “Skybox encaja perfectamente en el porfolio de tecnologías y servicios de seguridad de Arrow. Esperamos poder ayudar a los clientes a reducir el riesgo en sus entornos cada vez más complejos y obtener sinergias de las soluciones de seguridad existentes”.

Arrow impulsa con este acuerdo su concepto de seguridad integral, ayudando a sus clientes a protegerse frente a la evolución de las ciberamenazas. El mayorista proporciona una protección de alcance global, con las tecnologías, las soluciones y el asesoramiento experto en el proceso de securización.

# ALSO incorpora la oferta de ciberseguridad de Kaspersky a su marketplace

**A**LSO anuncia la incorporación de las soluciones Endpoint Protection (EPP), Servicios Gestionados y soluciones de seguridad adaptadas de Kaspersky a su ALSO Cloud Marketplace, lo que permitirá a los clientes acceder a las soluciones y servicios de ciberseguridad de la compañía a través de un único punto de acceso y bajo un modelo de suscripción de pago por uso.

“Uno de los aspectos más críticos hoy en día para las empresas es asegurar que los datos y sistemas con los que operan estén seguros y libres de ciberataques. Por eso para ALSO es muy importante proveer a nuestros resellers con soluciones y herramientas que les faciliten la integración de soluciones de ciberseguridad en sus ofertas”, señala Montserrat Peidró, directora general de ALSO Cloud España. “Contar con Kaspersky como proveedor estratégico de soluciones de ciberseguridad es fundamental para nosotros, ya que son

una empresa líder, con más de 20 años de experiencia innovando y desarrollando soluciones de ciberseguridad, reconocidas por las más altas autoridades en el sector. Ahora, nuestros clientes podrán acceder a las soluciones Kaspersky de forma eficaz y rentable, con un modelo de pago por uso realmente sencillo de gestionar a través de ALSO Marketplace”. Por su parte, Alfonso Ramírez, director general de Kaspersky Iberia, afirma que “nuestra reciente asociación con ALSO Cloud España supone una nueva vía para proporcionar a los clientes las mejores soluciones de ciberseguridad en un modelo MSP, a través de uno de los partners más experimentados y reconocidos en este mercado”.

## NUEVOS RETOS EN SEGURIDAD

El acuerdo entre ALSO y Kaspersky llega en un momento clave para las empresas, que se enfrentan a grandes retos de seguridad, amenazas cada vez más complejas, y nue-

vos riesgos de pérdida de información que, en muchos casos, son irrevocables.

Con el incremento del teletrabajo impulsado por la crisis del COVID-19 se ha abierto una brecha de seguridad en algunas de nuestras estructuras que pone en peligro los datos y la seguridad de la información de muchas compañías. Según datos de Kaspersky, en 2020 el número de usuarios que se enfrentaron a un ataque ransomware dirigido aumentó en un 767% respecto al año anterior. ■



## MÁS INFORMACIÓN



[‘Atenderemos a muchas pymes que el resto de mayoristas no han podido asistir como merecen’: Montserrat Peidro \(ALSO\)](#)



[ALSO Cloud Marketplace dará acceso a los más de 200 servicios cloud de IBM](#)

La asociación con ALSO supone para Kaspersky una nueva vía para proporcionar sus soluciones en un modelo MSP. “Nuestros clientes podrán acceder a las soluciones Kaspersky de forma eficaz y rentable, con un modelo de pago por uso realmente sencillo de gestionar a través de ALSO Marketplace”, afirma Montserrat Peidró, directora general de ALSO Cloud España.

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



2021

# SONICWALL® INFORME DE CIBERAMENAZAS

SONICWALL.COM | @SONICWALLSPAIN

Los equipos de investigación de amenazas de SonicWall Capture Labs proporcionan a las empresas, pymes, agencias gubernamentales y otras organizaciones inteligencia de ciberamenazas existentes para proteger a su personal distribuido contra una superficie de ataque en continua expansión.

Al proporcionar una visión completa de estos datos, el Informe de Ciberamenazas 2021 de SonicWall muestra **cómo piensan y operan los cibercriminales**, ayudando a las organizaciones a prepararse mejor para las amenazas del futuro.

OBTENGA EL INFORME COMPLETO

[sonicwall.com/threatreport](https://sonicwall.com/threatreport)



EL MALWARE CAE AL NIVEL MÁS BAJO DESDE 2014



IDENTIFICACIÓN MÁS RÁPIDA DE MALWARE "NUNCA ANTES VISTO"



EL RANSOMWARE ALCANZA UNA CIFRA RÉCORD



INSPECCIÓN DE MEMORIA PROFUNDA MEJOR QUE NUNCA



EL CRYPTOJACKING HA VUELTO



EL MALWARE DE IOT AUMENTA UN 66%



INTENTOS DE INTRUSIÓN EN CONSTANTE CRECIMIENTO



# V-Valley inunda su porfolio de nuevos productos

**S**emanas de notable trasiego para V-Valley, división de valor de Grupo Esprinet, que ha incorporado recientemente nuevas marcas a su creciente catálogo. Por un lado, ha firmado un acuerdo con Hornetsecurity por el que se convierte en su nuevo mayorista para la península Ibérica. El acuerdo proporciona a los partners una solución completa de ciberseguridad, que va desde la protec-

ción de amenazas avanzadas a través del correo, hasta la recuperación de la documentación del puesto de trabajo.

Para Hornetsecurity, la asociación con V-Valley es estratégica, se enmarca en una visión común y un compromiso compartido en el ámbito de la ciberseguridad, y espera que la calidad de sus soluciones, junto con el asesoramiento de valor de los partners, garanticen su éxito en

el mercado. Para ello, V-Valley está dispuesta a enriquecer toda la propuesta de Hornetsecurity con asistencia técnica y comercial y actividades de formación, ligadas a los análisis de los expertos del Security Lab de Hornetsecurity. El fin es transferir competencias, un know-how que debe adquirirse especialmente en las soluciones más solicitadas por el mercado actual, entre las que destacan los ser-

La unidad de valor de Grupo Esprinet ha incorporado en las últimas semanas las soluciones de Hornetsecurity, Enel X, Entrust y Sangfor.



vicios de protección y recuperación en la nube de Microsoft 365.

“V-Valley encaja perfectamente como nuevo distribuidor de Hornetsecurity Iberia debido a su experiencia y especialización en ciberseguridad. El crecimiento de soluciones de seguridad de correo en la nube y backup - tanto de correo como máquinas virtuales - ayudará a los MSPs a crecer exponencialmente”, afirma Félix de la Fuente, Country Manager de Hornetsecurity Iberia.

Por su parte, Alberto López, director de la División de Seguridad en V-Valley, señala que “estamos seguros de que nuestra alianza con Hornetsecurity encajará a la perfección en V-Valley. La fiabilidad e innovación de sus soluciones y su cuidado programa de canal, aportarán a nuestra extensa cartera de clientes nuevas líneas de negocio para seguir creciendo”.

### ENEL X Y SUS SOLUCIONES DE RECARGA

La innovación de la eficiencia energética entra en el mercado español a través de un acuerdo firmado entre V-Valley, cabecera de los negocios especializados en Advanced Solutions del Grupo Esprinet, y Enel X, la línea de negocio global del Grupo Enel que ofrece servicios para acelerar la innovación y liderar la transición energética. Mediante el acuerdo, Esprinet se convierte



en el primer socio elegido por Enel X para la distribución nacional de JuiceBoxe, JuicePole y JuicePump, soluciones destinadas a la carga de vehículos eléctricos en los sectores residencial, comercial y público.

El objetivo de Enel X es potenciar su presencia en todo el territorio y mejorar su cartera de clientes. A través de esta colaboración, la línea de negocio global de Enel aprovechará la experiencia comercial y técnica de Esprinet, que se ocupará de la búsqueda, perfilado y formación de nuevos revendedores en todo el país, dedicados a la venta e instalación del producto, para una mayor eficiencia en tiempo y costes.

Al frente de la creación del nuevo canal de venta indirecta, se encontrará el equipo de expertos de GTI y Diode, divisiones de V-Valley especializadas en Enterprise Equipment, Software y Cloud Computing, que aportan un alto valor añadido al canal



de distribución a través de un completo portfolio de soluciones tecnológicas avanzadas, un asesoramiento comercial y técnico cualificado y programas de formación y servicios para el canal. Asimismo, el Grupo Esprinet pondrá a disposición de Enel X todas las plataformas y sociedades que componen su grupo en España, lleno de soluciones complementarias, para llegar a todos los principales partners del mercado.

### MÁS SOLUCIONES DE ENTRUST

Entrust ha integrado sus módulos de seguridad de hardware (HSM) nShield con

Microsoft Double Key Encryption (DKE), lo que permite a las organizaciones ampliar el control y la seguridad sobre sus datos más confidenciales en Microsoft 365.

El cifrado de doble clave para Microsoft 365 protege los datos más confidenciales de una empresa mediante dos claves, una clave que está bajo el control del cliente y una clave de Microsoft almacenada de forma segura en Azure. Con esta nueva integración, la clave del cliente se genera y protege mediante un HSM nShield certificado FIPS 140-2 Nivel 3 y Common Criteria EAL4+ y se utiliza para cifrar los datos confidenciales de la organización. A continuación, esos datos se cifran de nuevo con la clave de Microsoft. Los HSM nShield de Entrust con la integración de DKE ya están disponibles en el porfolio de V-Valley, lo que permite aportar una vía segura e innovadora para que los clientes depositen sus datos corporativos con total confianza en la nube.

Ya sea implementados en local o como servicio, los HSM nShield de Entrust se encuentran entre las soluciones HSM de mayor rendimiento disponibles, facilitando el cumplimiento normativo y ofreciendo los más altos niveles de seguridad de datos y aplicaciones para organizaciones empresariales, financieras y gubernamen-

tales. Los HSMs nShield de Entrust están diseñados para generar, proteger y administrar claves criptográficas en nombre de las aplicaciones, y su adición al servicio de cifrado de doble clave de Microsoft, acelera la adopción de la nube y facilita la auditoría y el cumplimiento normativo.

### MAYORISTA DE SANGFOR

Sangfor Technologies refuerza su expansión en Europa llegando a los mercados de España y Portugal de la mano de V-Valley como mayorista oficial.

“Con la llegada de Sangfor a España queremos enriquecer el mercado, ofrecer soluciones punteras e innovadoras con las que revolucionar el sector”, señala José Ramón Crespo, Country Manager de Sangfor Iberia. “Nuestro objetivo es convertirnos en el aliado de las empresas españolas, que confíen en nosotros y encuentren el complemento perfecto con el que crecer, mejorar sus negocios y lo más importante sentirse protegidos”.

La compañía de origen chino cuenta con un amplia catálogo de productos y servicios especializados en computación en la nube y seguridad de red, entre los que se encuentran infraestructura hiperconvergente, infraestructura de escritorio virtual (VDI), Next Generation Firewall (NGFW),

Internet Access Gateway, protección de endpoints, protección contra ransomware, respuesta a incidentes, optimización WAN y SD-WAN. Estas soluciones destacan por su eficacia, innovación y por su alto nivel de seguridad y protección, características que se consiguen gracias a la inversión que realiza la compañía en I+D, donde destinan más del 20% de sus ingresos anuales.

“Desde V-Valley, nos congratula anunciar la incorporación de Sangfor Technologies como fabricante en nuestro porfolio ya que además de su liderazgo en el sector, cuenta con oficinas repartidas en más de 60 países desde donde ofrecen los productos más innovadores a clientes que pertenecen al Global Fortune 500, de sectores tan diversos como la banca, el retail o la educación”, afirma Alberto López, director de la División Enterprise Security de V-Valley. ■



### MÁS INFORMACIÓN



[V-Valley impulsa la formación de sus partners a través de V-Valley Academy](#)



[V-Valley acerca al canal TI las claves para acceder a los fondos Next Generation](#)



# DMI suma nuevos fabricantes a su catálogo

**D**MI Computer continúa incorporando nuevas marcas a su catálogo. Por un lado, ha firmado un acuerdo de colaboración con Datalogic en España, por el que el mayorista suministrará su gama de soluciones de captura automática de datos y automatización de procesos, en concreto, su oferta de escáneres profesionales.

Con más de 1.200 patentes en múltiples jurisdicciones y más de 40 años de experiencia, Datalogic está especializado en el diseño y fabricación de lectores de códigos de barras, terminales portátiles, sensores para la detección, medición y seguridad, sistemas de visión y de marcación láser.

“Con la incorporación de las soluciones de Datalogic a nuestro catálogo de productos, DMI Computer garantiza una oferta completa que cubre las necesidades de los distintos verticales en los que se utiliza habitualmente esta tecnología. Las soluciones de vanguardia de Data-

logic, junto con la continua innovación y la oferta de alta calidad, son las razones por las que nos complace firmar este acuerdo de colaboración”, explica José Antonio Rodríguez, director de Negocio de DMI Computer.

Con este acuerdo, DMI Computer refuerza su extenso catálogo de soluciones en los sectores IT/AIDC. El mayorista cuenta con más de 17.000 m2 de almacenes y delegaciones comerciales en Madrid, Málaga, Valencia, Coruña y

**El mayorista español ha sellado sendos acuerdos con FRITZ!, proveedor de productos de conectividad doméstica, y Datalogic, fabricante especializado en escáneres profesionales.**



Portugal, y, gracias a sus 30 años de experiencia en el mercado, aporta alto valor a sus clientes ofreciendo productos profesionales dirigidos a resellers e integradores.

### CONECTIVIDAD DOMÉSTICA CON FRITZ!

Por otro lado, [DMI COMPUTER](#) refuerza su catálogo con la gama FRITZ! de routers inalámbricos, repetidores Wi-Fi y adaptadores PLC del fabricante alemán AVM, los cuales permiten navegar por Internet con la máxima velocidad, fiabilidad y seguridad.

La familia de dispositivos FRITZ! incluye los routers FRITZ! Box, para disponer de conectividad en cada uno de los dispositivos inalámbricos; los repetidores FRITZ!WLAN, para ampliar la cobertura del Wi-Fi sin sacrificar la calidad ni la estabilidad de la señal; y los adaptadores PLC (Power Line Com-

munications), que usan la red eléctrica para extender el acceso a Internet a cualquier sitio donde haya un enchufe. En combinación con los dispositivos de domótica FRITZ!DECT permiten activar y desactivar los dispositivos de forma cómoda y automática.

Cuando la red inalámbrica no cubre todos los sitios o es más lenta en algunas zonas, la solución más sencilla es ampliar su alcance mediante la tecnología Mesh, con la que es posible disfrutar de Wi-Fi con la más alta velocidad, y transmitir contenidos multimedia con suficiente rapidez incluso en los lugares más remotos. Pues bien, como parte de su familia de dispositivos FRITZ!, AVM ofrece una gama completa de productos de última generación que permiten crear una red Mesh muy fácilmente.

El núcleo de la red son los routers FRITZ!Box como el FRITZ!Box 7490,



que ofrece conexión Wi-Fi de amplio alcance y máxima estabilidad. Cuando el alcance del router no es suficiente, se puede ampliar la cobertura añadiendo el repetidor Wi-Fi FRITZ!Repeater. Otra posibilidad para extender el Wi-Fi a zonas alejadas o de difícil cobertura es el adaptador PLC FRITZ! POWERLINE. DMI Computer también contará con la familia de dispositivos FRITZ!, para ofrecer el más adecuado servicio con WiFi Mesh. ■

### MÁS INFORMACIÓN

[DMI Computer celebra su 30 aniversario con promociones especiales](#)

[DMI Computer afianza su posición en el suministro de redes con Ubiquiti](#)

**DMI incorpora todo el catálogo de FRITZ! que reúne tanto routers inalámbricos como repetidores Wi-Fi y adaptadores PLC del fabricante alemán AVM**



### ESPAÑA EN LA ERA POST-COVID

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



# EARPRO refuerza su porfolio de UC&C con las cámaras de Huddly

**E**ARPRO ha anunciado un acuerdo de distribución para España y Portugal con el fabricante de cámaras Huddly. De esta manera, EARPRO refuerza su porfolio dentro del segmento de las Comunicaciones Unificadas (UC) incorporando unas cámaras diseñadas para dar respuesta a las necesidades de colaboración profesional.

Gracias a su combinación de hardware, software y tecnología basada en la Inteligencia Artificial, las cámaras de Huddly garantizan una experiencia de gran calidad con los principales servicios de videoconferencia (Zoom, Microsoft Teams, Google Meet, etc.).

“Estamos encantados de haber firmado un acuerdo de distribución para España y Portugal con Huddly, alineado con el enfoque de EARPRO de apostar por las Comunicaciones Unificadas como pilar de crecimiento futuro. La gama de productos de Huddly ofrece una experiencia de videoconferencia de alta calidad, un ele-

mento que se ha convertido en una necesidad indispensable como parte de una configuración simple y efectiva de entornos UC&C”, explica Andrés García, Video & UC Business Manager en EARPRO.

Por su parte, Carolina Linkowski, Regional Sales Manager para el sur de Europa y Benelux de Huddly, afirma que “estamos muy satisfechos de dar la bienvenida a EARPRO como nuevo partner para España y Portugal. Estamos convencidos de que construirán una excelente oferta de soluciones UC de la mano de nuestras cámaras y aportarán el valor añadido de su gran experiencia a nuestra oferta de productos”.

## BUNDLES COMPLETOS

El acuerdo de distribución entre EARPRO y Huddly tiene lugar en un contexto en el que el fabricante también ha unido fuerzas con la marca de audio Shure para proporcionar un nuevo conjunto de bundles orientados a equipar salas de reuniones y entornos educativos. Distribuida en exclusiva por EARPRO en España y Portugal, Shure ofrece la cámara con tecnología de inteligencia artificial Huddly IQ como complemento en una variedad de bundles basados en las soluciones de su Ecosistema para Conferencias. La cámara para salas de reuniones Huddly IQ se integra a la perfección con estos productos. ■



## MÁS INFORMACIÓN



[Las ventas de comunicaciones unificadas en el canal crecen un 66% en España](#)



[PPDS amplía su canal de distribución en la región de Iberia con EARPRO](#)

La gama de productos de Huddly ofrece una experiencia de videoconferencia de alta calidad, una oferta que se alinea con el enfoque de EARPRO de apostar por las Comunicaciones Unificadas como pilar de crecimiento. En paralelo a este acuerdo, Huddly también está colaborando con Shure, marca de audio distribuida por EARPRO en España y Portugal.

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes





# STORMSHIELD

La opción europea en ciberseguridad

El partner de confianza

para

securizar sus

**infraestructuras  
operacionales  
y sensibles**



[www.stormshield.com](http://www.stormshield.com)

# 9 de cada 10 empresas españolas prevé aumentar sus inversiones en digitalización

La apuesta por la sostenibilidad y la tecnología será generalizada en Europa. Así lo indica el estudio de Accenture, "Reinventando la empresa europea", según el cual, un 85% de las empresas españolas prevé aumentar sus inversiones en digitalización este año y el 86% asegura que invertirá más en sostenibilidad que en 2020. De hecho, el 38% asegura que dedicará entre un 6 y un 10% más a la tecnología digital y el 41% señala que aumentará en esa misma proporción su inversión en sostenibilidad.

El informe, realizado en colaboración con BusinessEurope, refleja que un 67% de las empresas españolas se muestra optimista o muy optimista con respecto al crecimiento de su compañía y el desarrollo económico en Europa en los próximos dos años. Esto, sumado a la "doble transformación" que se está produciendo debido a la digitalización y transformación sostenible de las empresas, podría generar millones de puestos de trabajo principalmente en sectores como el de

**Las compañías en España creen que las inversiones en tecnología deberían centrarse en inteligencia artificial, 5G, nube híbrida, baterías de nueva generación y data analytics. El 46% señala que encuentra dificultades para localizar en el mercado laboral los perfiles de talento que necesitan.**





bienes y equipamiento industrial, alta tecnología, software, servicios públicos, automoción, ciencias biológicas y comunicaciones. Para conseguir este impacto en el mercado laboral, las empresas en España creen que las inversiones en tecnología deberían centrarse en inteligencia artificial (71%), 5G (54%), nube híbrida (54%), baterías de nueva generación (34%) y data analytics (22%).

“Aunque el lento ritmo de vacunación en Europa puede estar afectando negativamente a las esperanzas de recuperación de las empresas, la posición de la región en materia de sostenibilidad, junto con la inversión en tecnologías innovadoras y en industrias emergentes, como la movilidad, podría aumentar su competitividad, fomentar la aparición de líderes mundiales y crear millones de nuevos puestos de trabajo en toda Europa a largo plazo”, destaca Jean-Marc Ollagnier, CEO de Accenture en Europa.

### FORMACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN

El 56% de las empresas en España considera una prioridad invertir en programas de formación para que su plantilla adquiera las habilidades necesarias para impulsar su transformación. Esto se

debe a que el 41% de los encuestados en nuestro país cree que la falta de formación tecnológica de sus profesionales es una barrera que les impide acelerar su transformación digital y salir reforzados de la crisis. Por otro lado, el 46% de las empresas españolas señala que encuentra dificultades para localizar en el mercado laboral los perfiles de talento que necesitan.

Para Domingo Mirón, presidente de Accenture en España, Portugal e Israel, “existe una oportunidad única para que Europa lidere la economía postpandémica, pero para lograrlo será necesario hacer inversiones hoy en las tecnologías y ecosistemas adecuados y, lo más importante, en las personas. Así es como se creará el crecimiento futuro y el empleo de calidad y sostenible”.

Más de la mitad de las empresas españolas (52%) cree que la Unión Europea debería priorizar la inversión en programas de formación en su sector concreto, el 36% considera que deberían invertir en programas de formación sobre industrias



## Sólo el 14% de las empresas familiares ha completado su transformación digital

Las empresas familiares españolas están acusando los efectos de la crisis provocada por la pandemia más que sus homólogas en el resto del mundo. Sin embargo, prevén una fuerte recuperación para el próximo año, hasta volver a la situación anterior al coronavirus. Así se recoge en la Encuesta Mundial de la Empresa Familiar 2021 de PwC, que indica que el 78% prevé volver a las tasas de crecimiento previas a la pandemia en 2022. El estudio resalta la especial capacidad de resiliencia de las empresas familiares de todo el mundo, también de las españolas, frente a las restricciones económicas generadas por la pandemia. Solo el 36% de las compañías españolas se han visto obligadas a recortar dividendos, y el 28% a realizar recortes salariales. Eso sí, el 64% de los entrevistados esperaba experimentar una caída de sus ventas en 2020.

El informe sostiene que las cinco principales prioridades de las empresas familiares españolas para los próximos dos años son mejorar sus capacidades digitales (59%); aumentar el uso de las nuevas tecnologías (53%); expandirse a

nuevos mercados/segmentos de clientes (51%); así como promover fusiones o adquisiciones estratégicas (41%); e introducir nuevos productos o servicios (39%). Si hay dos cuestiones en el informe en las que las empresas familiares deben avanzar son, sin duda, digitalización y sostenibilidad. La pandemia ha derribado cualquier duda sobre los beneficios de la transformación digital, ya que se ha visto cómo aquellas empresas familiares con fuertes capacidades digitales han respondido mejor, pero este conjunto de compañías ha sido una minoría.

Pese a que el 79% de los empresarios familiares encuestados en España asegura que las iniciativas relacionadas con la digitalización, la innovación y las tecnologías son prioritarias, solo el 14% da por completado su “digital journey”. De hecho, menos de la mitad (46%) de las compañías españolas afirma poseer amplias capacidades digitales. La encuesta también señala el papel relevante que tienen las nuevas generaciones de empresarios familiares a la hora de impulsar la digitalización, la innovación y la tecnología en sus empresas familiares.

emergentes y el 32% pone el foco en habilidades concretas, como herramientas digitales, por ejemplo. Además, el 45% cree que las instituciones europeas deberían invertir en tecnologías emergentes, como 5G y desarrollar una regulación sobre ciberseguridad. Además, se espera la creación de un marco regulatorio favorable a la inversión y la innovación, por ejemplo, reduciendo la fragmentación legal y la burocracia y desarrollando aún más "sandboxes" de innovación para probar las tecnologías emergentes. ■

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



### MÁS INFORMACIÓN

[Las compañías líderes digitales crecen cinco veces más rápido que sus rivales](#)

[El proceso de digitalización en empresas y administraciones públicas se ha acelerado](#)

## El sector de la distribución avanza en su transformación digital

El sector de la distribución, como intermediario entre productores y consumidores, también se está enfrentando a los cambios que se están produciendo en los hábitos de consumo. Nuevos retos como la correcta adaptación a las necesidades y expectativas de los clientes y a sus cambios de comportamiento (72%), a una demanda impredecible y fluctuante (71%), y al aumento de la competencia (68%), sobre todo por parte de las grandes webs especializadas, se unen ahora a desafíos tradicionales como acontecimientos mundiales, interrupciones en la cadena de suministro y el aumento de costes derivados de las reducciones de márgenes, según recoge el estudio "Los distribuidores de todo el mundo se transforman para adaptarse, sobrevivir y prosperar", realizado por Sage, que revela cómo los distribuidores están haciendo frente a los desafíos actuales, potenciando la digitalización, para lograr la reactivación económica de forma más rápida.

El 80% de los distribuidores a nivel mundial cuentan, actualmente, con estrategias de transformación digital, que les permiten optimizar las cadenas de suministro, y

acceder a los datos de sus organizaciones en tiempo real, para predecir la demanda futura. En este contexto, la adopción de soluciones en la nube está demostrando ser muy útil para aquellos distribuidores que quieren modernizar sus aplicaciones empresariales, y el 37% ya está incorporando este tipo de tecnología en sus operaciones.

Las plataformas en la nube suponen una mejora considerable en términos de costes, tiempo, flexibilidad y procesos, ya que, por ejemplo, pueden englobar

varias actividades de contabilidad en una sola aplicación, unificando operaciones de distribución en territorios globales y generando datos de utilidad para la predicción de comportamientos. Además, muchos distribuidores están comenzando a adoptar otras tecnologías emergentes, como la automatización robótica de procesos (81%), que les permite aumentar la eficiencia gracias a que la maquinaria se encarga de las tareas manuales, desde la planificación de envíos hasta la gestión del inventario y el seguimiento.



WatchGuard Endpoint Security Solutions



# Proteja sus dispositivos con confianza

Las soluciones nativas en la nube de WatchGuard Endpoint Security protegen a las empresas de cualquier tipo de ciberataques presentes y futuros mediante las soluciones Endpoint Protection Platform (EPP) y Endpoint Detection and Response (EDR). Nuestra plataforma WatchGuard Endpoint Security ofrece una protección completa de EPP y EDR, así como servicios de búsqueda de amenazas y aplicaciones de confianza cero, suministrados a través de un único agente ligero y gestionados desde una única plataforma basada en la nube.



WATCHGUARD EPP  
Endpoint Protection Platform



WATCHGUARD EDR  
Endpoint Detection and Response



WATCHGUARD EPDR  
Endpoint Protection Detection and Response

 Threat Hunting Service

 Zero-Trust Application Service

 +34 917 932 531

 [spain@watchguard.com](mailto:spain@watchguard.com)

 [www.watchguard.com](http://www.watchguard.com)

# XaaS representa una importante oportunidad de crecimiento para el canal TI

**E**l Global Technology Distribution Council (GTDC) ha alertado a sus miembros de que el modelo todo como servicio (XaaS) supone una importante oportunidad de crecimiento. No en vano, la organización ha visto aumentar el crecimiento de la nube en la distribución europea en un 25% en 2020. Aquellos que ofrecen XaaS están aprovechando una audiencia dispuesta, con directores de TI proclives a ver el 'todo como un servicio' como una alternativa más fuerte a la TI tradicional. Para los distribuidores, XaaS ofrece numerosos beneficios que atraerán a los VARs y MSPs, incluyendo un despliegue rápido, una gestión y supervisión más sencillas de las nuevas tecnologías, una integración más estrecha de las tecnologías, y un menor mantenimiento y gastos de personalización. También hay una mayor flexibilidad y rapidez en la reacción a las necesidades cambiantes de los clientes.

La investigación de GTDC encontró que la distribución había comenzado a reaccionar a XaaS, con muchos jugadores agregando ofertas de proveedores a sus carteras.

También hay señales de que muchos habían desarrollado sus propias plataformas que podrían proporcionar una combinación de productos que podrían ayudar al canal a satisfacer las demandas de los clientes. Algunas de las opciones que la distribución ya ofrecía incluía soporte de garantía, aprovisionamiento de SaaS, disposición al final de su vida útil, administración de dispositivos de seguridad, configuración de software y actualizaciones de dispositivos. "XaaS está transformando la forma en que se adquiere,

implementa y utiliza la tecnología, lo que brinda a los distribuidores de hoy en día una gran oportunidad", afirma Frank Vitagliano, CEO del GTDC. "Al invertir en un futuro de 'todo como un servicio', nuestros miembros se están asegurando de que están preparados para ofrecer servicios de valor añadido a los proveedores de soluciones. Los procesos, las soluciones y los modelos de negocio obviamente evolucionarán con el tiempo, pero los distribuidores del GTDC están comprometidos a colaborar con los



**La distribución habría comenzado a reaccionar a XaaS agregando ofertas de proveedores a sus carteras y desarrollando sus propias plataformas. Para Frank Vitagliano, CEO del GTDC, "XaaS está transformando la forma en que se adquiere, implementa y utiliza la tecnología, lo que brinda a los distribuidores de hoy en día una gran oportunidad".**

socios proveedores y priorizar la inversión que facilite un verdadero cambio”.

### PROS Y CONTRAS DE LOS 3 GRANDES PROVEEDORES DE SERVICIOS CLOUD

A medida que los proveedores de soluciones buscan colocar sus próximas apuestas en el mercado de servicios de infraestructura en la nube, un mercado que Synergy Research fijó en casi 130.000 millones de dólares el año pasado, una nueva encuesta de CRN realizada a partners de los tres principales proveedores de soluciones en la nube: (AWS, Microsoft Azure y Google Cloud) revela algunas de las mayores fortalezas y debilidades de cada plataforma.

Si bien los encuestados le dieron a Microsoft la primera posición en el CRN Cloud Barometer, el margen de victoria sobre AWS fue escaso. La encuesta también reveló que Google Cloud, que ocupa el tercer lugar, está captando nuevos socios a un ritmo rápido, y no está muy por detrás de las otras dos plataformas en términos de satisfacción general. En el futuro previsible, el choque de los tres titanes se perfila como una feroz batalla en el canal.

#### Microsoft Azure: líder en productos, beneficios y precios

En la encuesta, las capacidades del producto se clasificaron como la categoría

más importante para los partners, y la plataforma Azure de Microsoft recibió la calificación de satisfacción más alta. Azure es una opción natural para muchos clientes debido al uso generalizado de otras plataformas en la nube de Microsoft: Microsoft 365, que incluye Outlook y Teams, y Dynamics 365 para CRM y ERP, según los proveedores de soluciones.

El soporte de la infraestructura de nube híbrida es otra fortaleza para Microsoft, que adoptó la nube híbrida antes que AWS, según los proveedores de soluciones enfocados en Microsoft. Muchos clientes existentes de Microsoft también encuentran ventajas en los precios para seguir con Azure al migrar a la infraestructura en la nube.

#### AWS: líder en facilidad de integración y generación de demanda

En la encuesta Cloud Barometer, los partners clasificaron la facilidad de integración como la segunda categoría más importante, y para esa categoría AWS recibió la calificación más alta de la encuesta. La mayor escala de AWS también ofrece una ventaja sobre las nubes de la competencia de muchas maneras, afirman los proveedores de soluciones centrados en AWS.

La inclinación de AWS a interactuar directamente con el canal también ha lle-

vado a una mayor propensión a respaldar la generación de demanda, según los proveedores de soluciones. Los partners dieron a AWS la calificación más alta en la encuesta en cuanto a soporte para la generación de demanda y el intercambio de clientes potenciales.

#### Google Cloud: conectando con más socios

Los proveedores de soluciones clasificaron a Google Cloud como el número 3 en la encuesta Cloud Barometer. Pese a no destacar en ninguna categoría, está ampliando rápidamente su ecosistema de partners. Según los datos proporcionados por Google Cloud, la comunidad de partners de canal del proveedor ha crecido en más del 400% en los últimos dos años. Esa afluencia de nuevos socios se refleja en la encuesta, donde el 43% de los partners de Google Cloud dijeron que han estado trabajando con el proveedor durante menos de dos años, frente al 35% de los partners de AWS y el 23% de los partners de Microsoft Azure que trabajan con esos proveedores, respectivamente.

Por otra parte, en la encuesta Cloud Barometer, Google Cloud empató en segundo lugar con Microsoft Azure en la categoría de soporte para la generación de demanda y el intercambio de clientes potenciales. ■

¿Te ha gustado  
este reportaje?

Compártelo  
en redes



#### MÁS INFORMACIÓN



[El mercado de hardware como servicio crecerá un 25% anual hasta 2027](#)



[El fenómeno del Device as a Service y las oportunidades para el canal TI](#)

# Encuentros **it**TRENDS

**La empresa automatizada e inteligente**

16 de septiembre  
11:00 h CET

#EncuentrosITTrends



itTRENDS

La introducción de tecnologías como **RPA, ML o Inteligencia Artificial** en las empresas está generando un nuevo tipo de organizaciones más ágiles e inteligentes, capaces de automatizar muchos de sus procesos y de dar respuesta a situaciones de manera ágil. La toma de decisiones, la gestión de los datos, los recursos humanos o la ciberseguridad de la organización son algunos de los campos que se están viendo beneficiados por la aplicación de estas tecnologías. El resultado son organizaciones que ganan productividad y agilidad.

**16 de septiembre – 11:00**

**REGISTRO**



**Conectando y entendiendo a la empresa sin fronteras**

30 de septiembre · 11:00 h CET

#EncuentrosITTrends



itTRENDS

En plena era **cloud**, descentralizada, de trabajo remoto, la conectividad se da por hecho. No así una buena experiencia. **SD-WAN** se afianza mientras **5G** se abre camino, la computación se marcha al **Edge** y el **IoT** sigue avanzando sin freno y a lo grande. ¿Qué opciones tienes para gestionar una empresa cuyo perímetro está cada vez más diluido y potenciado por las nuevas tecnologías de conexión?

**30 de septiembre – 11:00**

**REGISTRO**



# La pandemia incrementa la demanda de portátiles un 142% en España

**M**icrosoft y Apple se han ganado la confianza de los españoles en el segmento de los ordenadores portátiles. El comparador de precios idealo.es ha llevado a cabo un estudio que concluye como claro ganador a Microsoft, ya que acapara el 59% de la demanda. Sin embargo, el modelo más buscado es el Macbook Air.

En el último año las personas han tenido que transformar sus hogares en gimnasios, escuelas, salas de conferencias y, sin duda alguna, oficinas, lo que ha traído consigo el uso constante de portátiles. Así pues, parte del estudio detalla que, desde el inicio de la pandemia, la demanda de portátiles aumentó en un 142%.

## INCREMENTO DE PRECIOS

Ante la reciente necesidad por parte de los españoles de adquirir un portátil, el coste medio de estos dispositivos ha aumentado un 55% en el último año, con un valor actual de 1.021 euros, mientras que los ordenadores de sobremesa tienen un precio medio de



696 euros, de manera que los PCs portátiles son un 47% más caros que los de sobremesa. Otro dato curioso extraído del estudio y, en relación con la pandemia, es el cambio de perfil de los españoles que buscan ordenadores portátiles. Antes de la crisis sanitaria era de 30 años, sin embargo, la edad media se sitúa ahora en 50 años ya que gran parte de los trabajadores ha tenido que adquirir este producto para poder teletrabajar desde

sus hogares. "Es importante analizar cómo van evolucionando las preferencias de los usuarios al momento de adquirir productos de largo uso como lo son los portátiles. La tecnología debe buscar actualizaciones constantemente para satisfacer las exigencias de los usuarios, ya sea desde el precio, diseño, sistema operativo, capacidad de almacenamiento, etc.", explica Adrián Amorín, country manager de idealo.es. ■

**El coste medio de estos dispositivos ha aumentado un 55% en el último año, con un valor actual de 1.021 euros, frente a los 696 euros de un PC de sobremesa. La edad media de los que compran portátiles ha aumentado a 50 años, ya que gran parte de los trabajadores ha tenido que adquirir este producto para poder teletrabajar desde sus hogares.**

## La escasez de componentes clave no frena el crecimiento del mercado europeo de PCs

En el primer trimestre de 2021, las ventas de PCs de Europa occidental alcanzaron los 16,1 millones de unidades, un 48% más que hace un año. El impulso de la demanda debido al COVID-19 de 2020 ha continuado hasta 2021. Los problemas de suministro de componentes clave están retrasando algunos pedidos, pero la cadena de suministro está en mucho mejor forma que en el primer trimestre de 2020, en el que se registró cierres repentinos de fábricas en medio de los primeros brotes del COVID-19. HP recuperó el liderazgo del mercado, con 4,1 millones de unidades vendidas y una cuota de mercado del 26%. Lenovo lo siguió de cerca, con unas ventas de 4 millones de unidades para tomar una participación del 25%. Dell, Apple y Acer completaron los cinco primeros, con participaciones del 14%, 10% y 9%, respectivamente.

HP y Lenovo han sido durante mucho tiempo las marcas más vendidas, pero este año la escasez de componentes es un factor clave que limita las ventas. "Si bien la demanda sigue siendo muy alta, la pregunta es si la oferta puede hacerle frente. En este momento, los proveedores que puedan cumplir con los pedidos más rápido gana-

rán", afirma el analista de investigación de Canalys, Trang Pham. "En el primer trimestre, varios distribuidores y revendedores de PCs informaron sobre un fuerte suministro de dispositivos HP, especialmente de los modelos AMD. Y en los casos en los que las demoras en las ventas eran inevitables, HP administró bien su canal, siendo transparente sobre los tiempos de envío y brindando garantías a los clientes, lo que los desanimó de buscar alternativas. Lenovo también tuvo un trimestre excepcional, especialmente en las ventas de Chromebook, ya que Google continúa invirtiendo mucho para impulsar su plataforma entre los clientes empresariales. Su nueva planta de fabricación en Hungría también acelerará la entrega de pedidos en Europa".

Apple experimentó el mayor crecimiento de los cinco primeros, con un incremento interanual del 127%. Sus nuevos dispositivos, impulsados por sus chips M1, han sido la fuerza impulsora detrás de su éxito comercial. "El éxito de Apple tiene sentido, ya que Europa Occidental tiene una base de usuarios de Mac, altos ingresos disponibles y una sólida comunidad de entusiastas de la tecnología", apunta Pham.



### MÁS INFORMACIÓN



Los Chromebooks lideran la reactivación de los PCs con una subida del 275%



El mercado europeo de PCs sigue al alza impulsado por los portátiles de consumo



## Crecimiento dominado por los portátiles

Según una investigación de IDC, las ventas de PCs tradicionales en la región de EMEA totalizarán 99,7 millones en 2021, lo que representa un crecimiento interanual del 19,8%. Esto incluye 24,4 millones de PCs vendidos en el segundo trimestre, un 17,2% más que en el mismo período de 2020, lo que marcará otro trimestre dominado por la demanda de dispositivos para que los usuarios trabajen, estudien y se entretengan en casa, y se preparen para un modelo de trabajo híbrido en el futuro.

Se prevé que el mercado de PCs para empresas en Europa Occidental registre un crecimiento interanual del 12,5% en el segundo trimestre, y también se espera un crecimiento de dos dígitos en el tercer trimestre. Esto vendrá de la demanda procedente del sector público, junto con las licitaciones educativas en curso en toda la región y además de la

recuperación en el sector empresarial en el segundo semestre.

En cuanto al mercado de PCs de consumo, se espera que disfrute de otro trimestre de crecimiento robusto en Europa occidental, cifrado en un 33,7%. Se espera una fortaleza tanto en el segmento de PCs de sobremesa como de portátiles, y que la demanda saludable de equipos de gaming refuerce la demanda de sistemas de sobremesa a pesar de la escasez de componentes clave. Se prevé un crecimiento del 16,3% interanual para el segmento de PCs de sobremesa de consumo. Se espera que el impulso del gaming también se vea en el lado del portátil, además del continuo cambio de los consumidores hacia la disponibilidad de un dispositivo por persona, alimentando un crecimiento del 36,7% en las ventas de portátiles de consumo en el segundo trimestre.

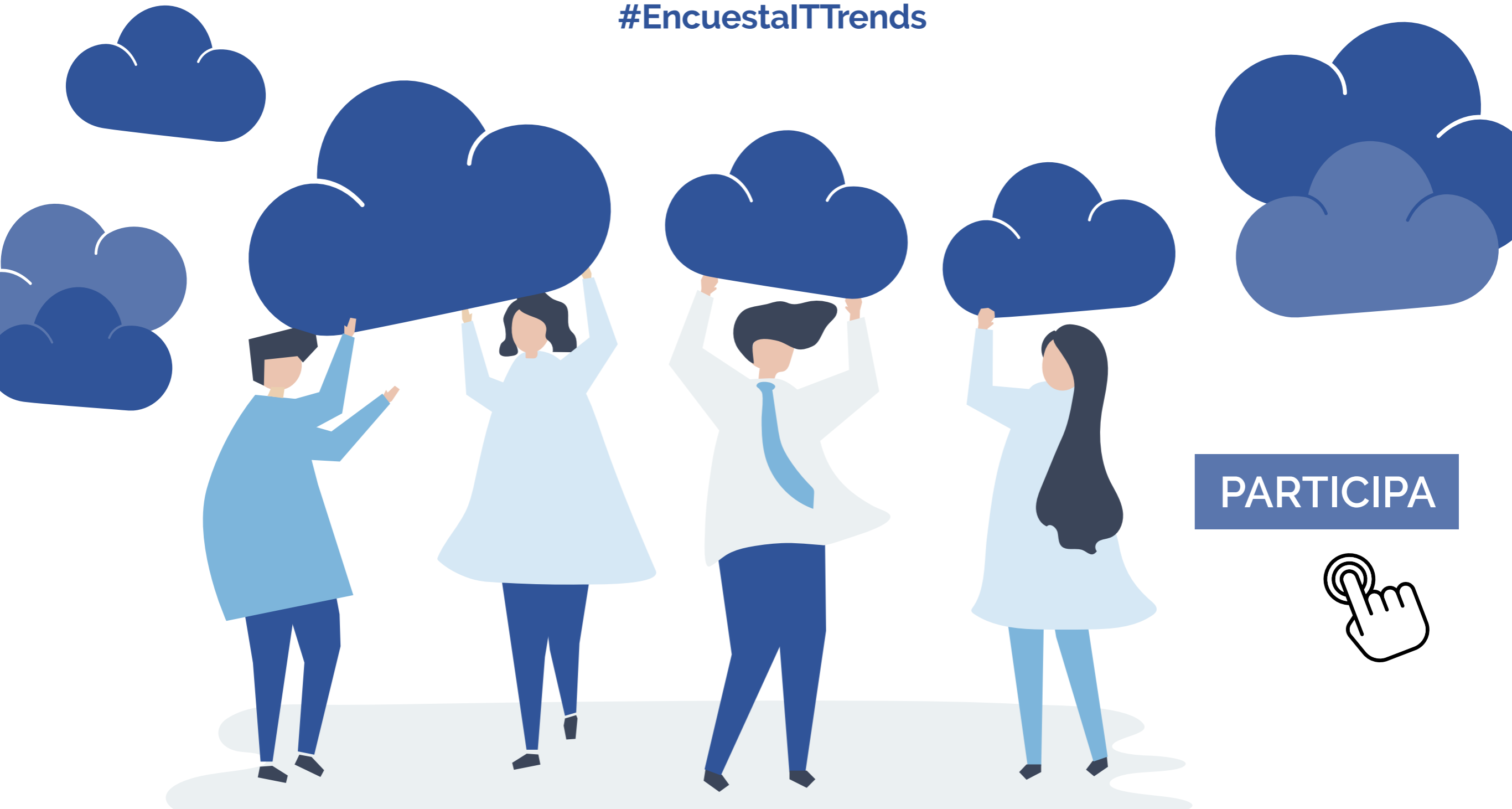


NUEVA ENCUESTA



¿Cómo está evolucionando cloud en las empresas?  
¿Cómo está potenciando las estrategias empresariales?

#EncuestaITrends



PARTICIPA



# Crece los productos de seguridad del correo y antispam en el canal

A medida que las empresas luchan contra un aumento en los intentos de phishing, los ingresos del canal por ventas de productos antispam han aumentado casi un 524% en lo que va del año en comparación con el mismo período en 2020, según Context. Otras categorías relacionadas que también han obtenido buenos resultados en lo que va de año son la protección de datos (102%) y la seguridad del correo (30%).

El aumento de la demanda podría estar vinculado a un esfuerzo de los ciberdelincuentes para capitalizar a través de ataques de phishing el interés en las vacunas y los planes gubernamentales para reabrir las economías europeas. Cuando están dirigidos a los empleados, estos ataques suelen estar diseñados para engañar a los usuarios para que compartan credenciales de inicio de sesión corporativos y otra información confidencial, o para hacer clic en enlaces maliciosos o archivos adjuntos que pueden desencadenar una descarga de malware encubierta.



“El phishing está involucrado en un gran porcentaje de brechas de datos, y las preocupaciones sobre el impacto en las finanzas y la reputación corporativas aumentan, por lo que estamos viendo un fuerte crecimiento en productos de seguridad de correo electrónico, protección de datos y antispam basados en la nube”, explica Joe Turner, director de Investigación y Desarrollo de Negocio en Context.

## SEGURIDAD EN CLOUD

El segmento de seguridad en la nube en general ha tenido un buen comienzo de año, registrando un crecimiento interanual de más del 22%. En cambio, la seguridad de los endpoints y la seguridad de la red registraron caídas del 11% y del 3,5%, aunque era de esperar dado el enorme aumento de las ventas durante marzo y abril del año pasado, lo que hace que las comparaciones sean me-

El aumento de la demanda de productos de seguridad podría estar vinculado al incremento de los ataques de phishing. El segmento de seguridad en la nube ha tenido un buen comienzo de año, registrando un crecimiento de más del 22%, mientras que la seguridad de los endpoints y la seguridad de la red registraron caídas del 11% y del 3,5%.

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



nos favorables. Otra subcategoría de buen desempeño en el segmento de seguridad en la nube es la gestión de control, que registró un crecimiento de ingresos interanual de poco más del 104%. Esto se puede vincular a la demanda de los hospitales y las instituciones del sector público de seguridad para sus plataformas PaaS e IaaS. ■

## 3 de cada 4 amenazas detectadas eluden los antivirus

WatchGuard Technologies ha publicado su Informe de Seguridad en Internet correspondiente al primer trimestre de 2021, un período en el que el 74% de las amenazas detectadas eran malware de día cero, es decir, aquellas que una solución antivirus basada en firmas no detectó en el momento del lanzamiento del malware, capaz de eludir las soluciones antivirus convencionales. El informe también incluye nueva información sobre amenazas en relación con el aumento de los índices de ataques de red, cómo los ciberdelincuentes intentan disfrazar y reutilizar antiguos exploits, o los principales ataques de malware del trimestre.

“El pasado trimestre se registró el nivel más alto de detecciones de malware de día cero de la historia. Los índices de malware evasivo han eclipsado a los de las amenazas tradicionales, lo que es una señal más de que las organizaciones necesitan evolucionar sus defensas”, declara Corey



### MÁS INFORMACIÓN



[Gartner cifra en un 12,4% el crecimiento del gasto en seguridad y gestión de riesgos](#)



[Las organizaciones están abandonando los enfoques de seguridad tradicionales](#)

Nachreiner, director de seguridad de WatchGuard. “Las soluciones antimalware tradicionales por sí solas son simplemente insuficientes para el entorno de amenazas actual. Todas las organizaciones necesitan una estrategia de seguridad proactiva en capas que incluya el aprendizaje automático y el análisis del comportamiento para detectar y bloquear las amenazas nuevas y avanzadas”.

En el trimestre, una variante de malware sin archivos, XMLJSLoader, se hizo popular. La muestra identificada por WatchGuard utiliza un ataque de entidad externa XML (XXE) para abrir un shell y ejecutar comandos para eludir la política de ejecución local de PowerShell y se ejecuta de forma no interactiva, oculta al usuario real o a la víctima. Este es otro ejemplo de la creciente prevalencia del malware sin archivos y de la necesidad de contar con capacidades avanzadas de detección y respuesta en los endpoints.

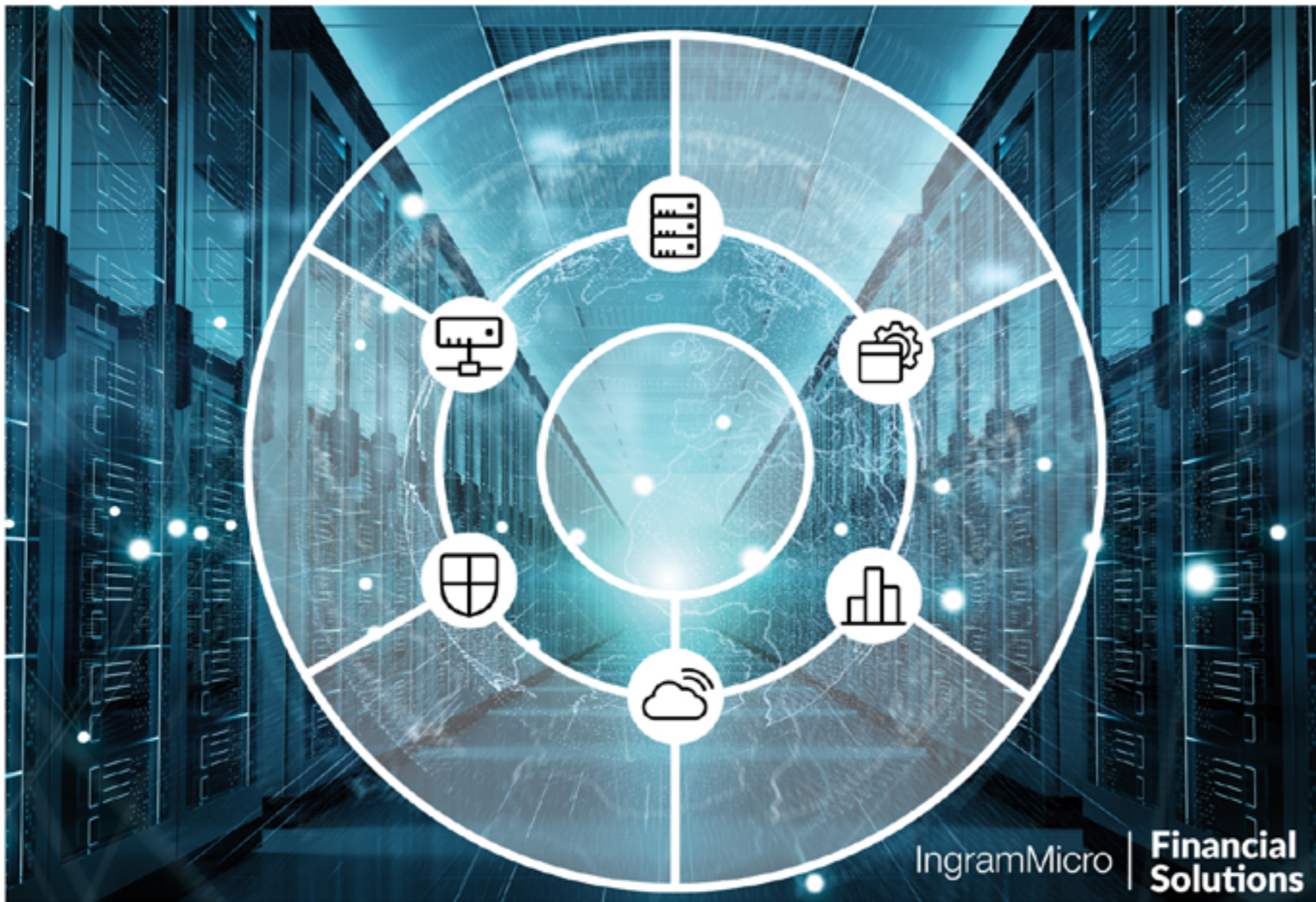
## La ciberdelincuencia crece un 125% en España en 2020

Con más de 40.000 ciberataques al día, la ciberdelincuencia se ha incrementado un 125% en España sólo en 2020. Es una de las cifras que han planeado en VLCSOFTING, el congreso anual del Instituto Tecnológico de Informática (ITI), que ha abordado las últimas tendencias en ciberseguridad organizado por ITI. Según ha explicado la directora gerente de ITI, Laura Olcina, durante la apertura, “en este tipo de ataques, las pequeñas y medianas empresas son las más perjudicadas”. En este sentido, se estima que la pérdida de datos causada por ataques informáticos genera daños por valor de entre 2.000 y 50.000 euros, según INCIBE. Y las pérdidas para las grandes empresas ascienden a los 3,6 millones de euros, según IBM. “La moneda de cambio siempre es la misma: los datos”, ha concluido.

El congreso ha contado con las intervenciones de seis expertos en materia de ciberseguridad y la presencia de cerca de 300 asistentes en formato online. El primer experto en participar ha sido Miguel A. Juan,

socio fundador y codirector general de S2 Grupo, que ha destacado que la ciberseguridad es un reto global. Ha destacado que actualmente “se está produciendo una ciberguerra, de momento de manera controlada, tanto que los ciberataques van creciendo mientras la criminalidad fuera de la red descende, siendo la gran mayoría de ellos fraudes informáticos”, ha asegurado. “Hoy en día, los ciberataques mueven más dinero que la droga, siendo el phishing una de las formas habituales de estafa en la red”, ha añadido.

Otro de los expertos en participar ha sido Carlos Sahuquillo, consultor en ciberseguridad en automoción en GMV, quien ha destacado que “cada vez existen más formas de hackear los vehículos, por ejemplo mediante un dispositivo de rastreo con 4G”. Sahuquillo ha comentado que existen “muchas formas de conseguir acceder al control de un vehículo”, por lo que las marcas están intentando hacer frente a ellos y dando muchos avances en ciberseguridad en los últimos años.



# INGRAM MICRO

## Advanced Solutions

### Advanced Solutions

Advanced Solutions, la División de Valor de Ingram Micro para integradores especializados en tecnologías de Datacenter. Servidores, almacenamiento, ciberseguridad, networking, virtualización y software empresarial.

- HPE DIVISION
- CISCO DIVISION
- SERVERS & STORAGE
- VIRTUALIZATION & MOBILITY
- NETWORKING & SECURITY
- POWER & COOLING

Life Is On



Para más información: 902 902 750 - [www.ingrammicro.es](http://www.ingrammicro.es) - [comercial@ingrammicro.es](mailto:comercial@ingrammicro.es)



A close-up photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. The laptop screen displays green, cascading lines of code, reminiscent of the 'Matrix' effect. The background is slightly blurred, showing a mouse and the desk surface.

**it**

EN PORTADA

# Servicios gestionados y proactividad, las claves de la nueva ciberseguridad

**La nueva realidad de las empresas ha traído consigo nuevas amenazas y vectores de ataque, lo que nos lleva a apostar por una nueva ciberseguridad que, en muchos casos, se apoya en la experiencia profesional que ofrecen los servicios gestionados y en que, parafraseando el refranero español, más vale ser proactivo que pagar las consecuencias. Pero ¿cómo se traduce esto en el día a día de las empresas y de sus estrategias de seguridad? ¿Cómo afecta al canal de distribución? Sobre estos y otros temas relacionados hemos preguntado a los principales referentes de este mercado.**

**T**al y como nos indica Víctor Orive, director general de ADM Cloud & Services, "la protección de la información corporativa es, sin duda, el punto clave sobre el que gira el mundo de la ciberseguridad hoy en día. Las tendencias de los riesgos a los que se enfrenta la información pasan por el secuestro de datos vía ransomware, el robo de información alojada en la nube, las nuevas y cada vez más avanzadas técnicas de suplantación de identidad (phishing), la descentralización del puesto de trabajo (teletrabajo), entre otros. Hablando de los resellers, afectan positivamente de cara a nuevas oportunidades de negocio pero, por otra parte, pueden afectarle negativamente si no se preparan adecuadamente para proveer y mantener herramientas de ciberseguridad adecuadas".

En palabras de Montserrat Peidró, directora general de ALSO Cloud España, "al igual que las ciberamenazas cada vez aumentan más su nivel de sofisticación y el rango de

empresas y consumidores a los que atacan, el sector de las soluciones de ciberseguridad se está especializando para poder actuar de forma óptima en cada una de las fases de protección. Estas fases incluyen la prevención, la detección temprana de ataques, la continuidad de la actividad tras un ataque y la recuperación de datos. Como resultado de esta especialización, los principales fabricantes en ciberseguridad están incluyendo nuevos productos y servicios a sus portafolios que den respuesta a cada una de estas fases. Algunos de los más recientes siendo los servicios de asesoramiento en ciberseguridad y las plataformas de concienciación para usuarios cuyo objetivo es la prevención misma de los ataques a través de arquitecturas seguras y unos usuarios conocedores de las técnicas utilizadas por los cibercriminales y de cómo actuar ante ellas. La forma en la que usamos la tecnología también ha cambiado. Hoy en día trabajamos de forma distinta, el

puesto de trabajo se ha deslocalizado. Buscamos herramientas y dispositivos móviles para construir los equipos, y esto implica que hay que asegurar los entornos de estas nuevas arquitecturas, algunas de ellas basados en la nube ya sea privada, pública o híbrida. Esto representa una oportunidad para el reseller que quiere desarrollar un negocio de valor añadido tanto a través de la venta de productos como de la oferta de servicios de protección de la infraestructura Cloud".

#### **NUEVAS FORMAS DE OFRECER LA TECNOLOGÍA**

Hablando de estas tendencias, Alberto Pérez, business development director de Exclusive Networks Iberia, destaca "ahora mismo el SASE, sin duda alguna, junto al ZTP y las diversas evoluciones de los EDR, hacia XDR, NDR con capacidades de endpoint, plataformas UEBA integradas... con un interesante valor en materia de protección y gestión. Di-



**“La protección de la información corporativa es, sin duda, el punto clave sobre el que gira el mundo de la ciberseguridad hoy en día”**

**Víctor Orive, director general de ADM Cloud & Services**

cho esto, la mayor tendencia es la de los SOC y los modelos de negocio basados en servicios gestionados, derivada de la necesidad de profesionalización, la ausencia de skills seniors suficientes en el mercado y una economía de escala que permita equilibrar propuesta y demanda con beneficio para todas las partes involucradas”.

Según Chuck Cohen, managing director de IREO, “por encima de todo, hay dos fenómenos que están haciendo replantear las estrategias de seguridad en las empresas. Obviamente, los ataques de ransomware son una gran preocupación y muchas iniciativas están destinadas a prevenir este tipo de ataques, o paliar sus efectos. En este sentido vemos una demanda importante por las soluciones EDR; los servicios gestionados de seguridad que incluyen la detección de vulnerabilidades y la gestión proactiva de amenazas; y las tecnologías de almacenamiento NAS que incorporan copias de seguridad inmutables, a prueba de ataques de Ransomware. Por otra parte, debido a la implantación del teletrabajo, vemos más interés en las soluciones de acceso remoto seguro, especialmente para administradores de sistemas. También vemos una demanda importante por las aplicaciones que permiten monitorizar la actividad de los usuarios, mantener la trazabilidad en los flujos de datos sensibles y proteger la informa-



ción confidencial. Ante estas tendencias, el proveedor debe adaptarse y basar su oferta en soluciones más avanzadas, que aporten un valor diferencial; y sobre todo en los servicios: tanto los servicios profesionales de instalación y configuración, como en los servicios gestionados. El proveedor que no aporte un valor añadido, se quedará atrás. Se trata de un cambio de modelo de negocio; estamos aquí para ayudarles”.

Añade José Antonio Morcillo, head of channel de Kaspersky Iberia, que “aunque parece que la pandemia está remitiendo, todavía afecta a nuestras vidas, y, por tanto, el cibercrimen seguirá explotándola. Durante el 2020, los ciberataques por excelencia fueron aquellos de tipo phishing que usaban todo lo relacionado con el COVID-19 como gancho. Esto no es nuevo, ya que los cibercriminales suelen adaptar sus ataques al momento actual para llamar la atención y así instalar malware en el dispositivo de la víctima. Otro de los ámbitos donde han puesto el foco ha sido en los usuarios que trabajan desde casa. Los ataques de fuerza bruta a protocolos de escritorio remoto (RDP) aumentaron

un 242% en 2020, con más de 1,7 millones de archivos maliciosos únicos disfrazados de aplicaciones para la comunicación corporativa. También hemos observado como estos últimos meses se está produciendo un crecimiento mayor de los intentos de extorsión como medio para obtener dinero. Esto resulta especialmente crítico para aquellas compañías más sensibles a la pérdida de datos, así como en el mundo industrial, ya que cada vez son más los ciberdelincuentes que se dirigen a ellas con ataques de ransomware, DDoS o incluso con ambos. Una reciente investigación de Kaspersky ha demostrado que el 39% de los ordenadores de los sistemas de control industrial (ICS) fueron objeto de ciberataques en 2020. Para garantizar que estos ataques no afecten a los procesos industriales críticos, la protección debe cubrir todo el entorno heterogéneo de OT, con diversos equipos y sistemas personalizados. También es importante conocer las vulnerabilidades del software de los ICS, para evitar que se utilicen para las amenazas avanzadas, para reducir la superficie de ataque y minimizar las posibles consecuencias de una brecha de ciberseguridad. En cualquiera de estos casos, la figura del reseller es clave para proporcionar a sus clientes aquellas soluciones de seguridad que mejor se ajusten a sus necesidades. Pero para ello, deben estar



“**La ciberseguridad es un ámbito donde los resellers pueden ofrecer tanto productos estándar como soluciones más complejas**”

Montserrat Peidró,  
directora general de  
**ALSO Cloud España**

preparados y formados para ofrecer protección en todas las etapas de detección y respuesta a amenazas, con las soluciones más adecuadas”.

### EL ROL DEL RESELLER, CADA DÍA MÁS IMPORTANTE

Lo cierto es que en los últimos meses, tal y como recuerda Sergio Martínez, Iberia regional manager de SonicWall, “al acelerarse la transformación digital y la hiperconectividad, la figura del reseller como asesor e integrador de ciberseguridad ha subido enteros. Nunca hemos estado tan conectados, con tantos dispositivos y fuera del perímetro, por lo que

nunca hemos sido tan vulnerables. El incremento del ransomware de un 116% en lo que va de año, hasta mayo, certifica esta situación. Y la escasez de talento y conocimiento en ciberseguridad, pone en valor a esos resellers que llevan años haciendo los deberes. SonicWall ha realizado un esfuerzo importante en formación y certificación del canal, con cientos de miles de cursos completados y certificaciones de técnicos por todo el mundo. Por otro lado, hemos experimentado un crecimiento en la demanda de nuestros firewalls de nueva generación extraordinaria, con más del 50% en nuestra gama media NSa y de casi un 400% en la gama alta Nssp. Crecen todas

nuestras líneas, cumpliéndose una de nuestras máximas: la defensa debe realizarse por capas, en profundidad, para detectar y responder a las amenazas crecientes de corte desconocido”.

Tal y como explica Marco Lorenzi, presidente y fundador de Syneto, “el año 2020, debido a la pandemia mundial, ha traído infinidad de nuevos desafíos para los negocios. Incluso aquellas empresas que lograron adaptarse rápidamente a las condiciones de trabajo remoto, tuvieron que enfrentarse a diferentes desafíos operativos y relacionados con la seguridad. De hecho, este cambio al trabajo remoto ha hecho que muchas empresas no preparadas sean vulnerables a las amenazas de ciberseguridad. Durante 2020 ha habido un aumento de los ataques de ciberseguridad, especialmente en las pequeñas y medianas empresas, que hasta este momento no habían invertido mucho en seguridad. Para los resellers, esto ha supuesto un desafío, pero también una oportunidad. Ha supuesto un desafío porque las necesidades de sus clientes se han vuelto más complejas; y una oportunidad, porque muchas empresas se han dado cuenta de lo importante que es la tecnología adecuada para una empresa. Los resellers de TI ahora deben poder cubrir las necesidades de seguridad de sus clientes, tanto desde la pers-



“La situación actual requiere del **partner** una **transformación** real de su **modelo de negocio**, y no solo un mero maquillaje”

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





pectiva de sus conocimientos como de las soluciones que ofrecen”.

En la misma línea se muestra Alberto González, business manager Security de Tech Data España, que afirma que “la superficie de ataque sigue creciendo, la infraestructura y los servicios migran a la nube, aumenta el número de dispositivos IoT y cada vez se usa más el aprendizaje automático y la inteligencia artificial. Por ello, es fundamental evaluar los riesgos para definir el nivel de exposición de cada organización y determinar los objetivos de seguridad, identificando tanto las áreas críticas del negocio como los entornos de TI. Los ciberdelincuentes han aprovechado esta realidad para sacar provecho de ello, intentando explotar en algunos casos vulnerabilidades en las nuevas herramientas que las empresas han puesto en marcha, y en

otros casos la necesidad de las personas de usar estos canales alternativos. Las principales tendencias en la actualidad son el Ransomware, el phishing, los ataques fuera de entornos protegidos, IoT e industria, y la IA, y desde Tech Data tenemos muy claro que el canal tiene por delante nuevas oportunidades de negocio. En una primera fase a nivel de consultoría, para empezar a trabajar cada proyecto con soluciones que cubran una necesidad o encajen tecnológicamente. De esta forma, el partner puede ganar la confianza del cliente (convertirse en trusted advisor) a la vez que accede a información sobre aspectos críticos de la empresa. Posteriormente, con la materialización de esa consultoría en algún proyecto particular, corrigiendo o mejorando áreas que en la fase anterior han aparecido como vulnerables. Y, por último, acompa-

ñando al cliente en la posterior gestión de las soluciones desplegadas, así como en el ciclo continuo de revisión y mejora”.

Para David Gasca, business unit coordinator enterprise security en V-Valley, “actualmente vemos que la disolución del perímetro, gracias a la adopción explosiva del teletrabajo y de la nube, están cambiando el punto de vista de la seguridad que deben de dar las empresas. Aplicando un enfoque SASE, gracias a la implementación de varias tecnologías, a veces multifabricante que proponemos a nuestros clientes desde V-Valley, conseguimos que lo importante sea la identidad del usuario independientemente del dispositivo desde el que se está conectando. Además, gracias a herramientas de análisis y orquestación podemos evaluar el compromiso del usuario en cada aplicación en cada



“El proveedor debe **adaptarse** y basar su oferta en **soluciones más avanzadas**, que aporten un **valor diferencial**, y, sobre todo, en los **servicios**”

Chuck Cohen,  
managing director  
de **IREO**



“La seguridad como servicio es un **mercado** que sigue **creciendo** y ganando terreno, ya que los clientes están interesados en contar con las **mejores soluciones de ciberseguridad**”

José Antonio Morcillo, head of channel de **Kaspersky** Iberia

momento y establecer reglas automáticas en consecuencia”.

Finaliza esta primera ronda de opiniones Carlos Vieira, country manager de WatchGuard Technologies para Iberia, destacando que “algunas de las tendencias que se están imponiendo en el mundo de la ciberseguridad a día de hoy guardan relación con la adaptación de las soluciones para responder a la creciente oleada de ataques de ransomware, ataques persistentes avanzados (APT) que cada vez se ven más en organizaciones gubernamentales e infraestructura de misión crítica (centrales nucleares, gasoductos...) o modalidades de ataque phishing y spear-phishing. Esta evolución de la ciberseguridad también afecta a la figura del reseller y al papel que juega en el sector. Así pues, encontramos que la figura del partner

de canal tradicional está evolucionando y surgen en el mercado nuevas figuras como los proveedores de servicios gestionados (MSP), una fórmula que está ganando peso ya que permite ofrecer servicios de seguridad de forma más flexible y adaptada a las necesidades de cada cliente. La oferta tradicional basada en modelos de CAPEX está dando paso a nuevas fórmulas. Los partners, como ocurre también con los fabricantes, deben adaptarse a las nuevas exigencias del mercado. Así, estamos viendo cada vez más partners dentro de los SOC, con recursos técnicos y comerciales, y con mayor know-how en seguridad, por tanto, cada vez más el partner juega un papel más importante indudablemente. Los partners tienen ante sí nuevas oportunidades, aunque hay que tener en cuenta dos aspectos fundamentales:

que se den soluciones a nivel tecnológico en formato MSP/MSSP de pago por uso o a demanda y la flexibilidad. El MSP o MSSP tiene la oportunidad de diversificar su actividad para ser aún más rentable y responder mejor a las necesidades del mercado. Estamos ante un modelo de negocio con oportunidades claras y un futuro prometedor”.

#### NEGOCIO COMO SERVICIO

Continúa Carlos Vieira comentando que “la opción de seguridad SaaS está ganando terreno poco a poco y los partners cada vez apuestan más por los modelos SaaS. Aquí los partners se convierten en expertos asesores, y también es una forma de combatir la falta de profesionales cualificados que acusa el mercado, pasando a cubrir ellos esa falta de equipos especializados en las empresas.



“Al acelerarse la **transformación digital** y la **hiperconectividad**, la figura del **reseller como asesor** e integrador de ciberseguridad ha subido enteros”

Sergio Martínez, Iberia Regional Manager de **SonicWall**



“Los **resellers de TI** deben poder **cubrir las necesidades de seguridad** de sus clientes”

Marco Lorenzi,  
presidente y  
fundador de **Syneto**

El partner está asumiendo ese rol del CISO as a Service. El cliente en muchos casos está optando por delegar cada vez más esa responsabilidad de la seguridad en los partners, puesto que en muchos casos no tiene o no puede contratar a un equipo de expertos para supervisar directamente la protección de sus sistemas”.

En opinión de Montserrat Peidró, “durante los últimos años hemos visto una tendencia por parte de fabricantes y resellers a ofrecer un modelo de IT-as-a-Service. Este modelo ofrece ventajas como la predictibilidad de los costes, la flexibilidad de operación, ya que se puede aumentar o reducir la cantidad de servicios contratados en relación a las necesidades y situación económica en tiempo real de la empresa, entre otros. Es por esto que el 80% de los fabricantes de ciberseguridad ya ofrecen soluciones -as-a-Service dentro de sus catálogos y eso nos hace pensar que en un período de 2 a 3 años, la mayoría de las soluciones de ciberseguridad se venderán como Servicio”.

En palabras de Alberto Pérez, “hoy en día estamos viviendo un auge de demanda de cara a este tipo de concepto de Seguridad como Servicio, que ha crecido de manera notable. Es una transformación muy importante que impacta en todos los ámbitos del negocio, y aún necesita madurar y completar su



ciclo. Tenemos que terminar de entender que parte de la clave reside en la modificación de la cadena de compra y venta, donde hemos de ir alineando la demanda de los clientes finales con las formas de inversión de los partners o resellers que proveen el servicio”.

Apunta José Antonio Morcillo que la “seguridad como Servicio es un mercado que sigue creciendo y ganando terreno, ya que los clientes están interesados en contar con las mejores soluciones de ciberseguridad, pero no siempre disponen de los equipos ni del músculo financiero para ello. De acuerdo con estudios del sector el mercado mundial de servicios gestionados crecerá a un ritmo del 8% entre 2020 a 2025, impulsado por factores como la creciente adopción de la nube, el aumento de la automatización en los entornos de TI, el incremento en el número de ciberataques, el coste derivado de la pérdida de datos o del tiempo de inactividad, así como la falta de profesionales TI especializados. Por eso, la comercialización de nuestras soluciones en modo pago por uso, MSP y MSSP resultan una excelente solución. De hecho, tras dos años de evolución, la cifra de

partners de servicios gestionados que trabajan con soluciones de la compañía ha experimentado un importante repunte con un crecimiento del 105% en 2020”.

### EL FUTURO DEL MERCADO

Según comenta Alberto González, “los servicios gestionados marcan, según todos los expertos, el futuro del mercado, permitiendo a los proveedores ofrecer a sus clientes servicios profesionales de seguridad con opciones de pago flexibles. Si bien la velocidad de implementación de este tipo de servicios está siendo lento, tenemos el caso de la administración pública cada vez más interesada en este tipo de soluciones. Dentro de sus ventajas, y comparándola frente a una opción de compra, el hecho de que no haga falta realizar ninguna inversión (CAPEX) para implementarla es una de las más significativas, sobre todo para las pymes, que les permite librarse de afrontar una inversión tecnológica de seguridad. Pero desde el punto de vista del canal hay otro elemento muy atractivo, ya que le permite ofrecer una gran variedad de servicios de valor añadido al usuario final”.

En una línea similar se posiciona Carlos Vieira, que explica que “los fabricantes cada vez más están dotando a los partners de nuevos modelos de negocio adaptados a esta realidad y con el fin de poner las co-



“**Los servicios gestionados marcan el futuro del mercado, permitiendo a los proveedores ofrecer servicios profesionales de seguridad con opciones de pago flexibles**”

Alberto González,  
business manager  
Security, Tech Data  
España

sas más fáciles de cara al cliente final y de cara al partner adecuamos nuestro negocio para ofrecer modelos de pago por uso, pago mensual... Se trata de ofrecer alternativas y ser flexibles, pues es lo que demanda el mercado. Por otro lado, los partners cada vez están invirtiendo más en recursos técnicos y comerciales para mejorar el conocimiento para poder dar un servicio distinto y también una forma de venta distinta al cliente final. Por supuesto, esto conlleva una diferenciación para el partner que presta este tipo de servicios gestionados (MSP) frente al partner que ofrece servicios de toda la vida y en los que la seguridad ni siquiera es un complemento importante para su negocio. Si ponemos las dos figuras de los partners frente a frente, el MSP y el partner tradicio-

nal, en un mundo tan exigente como el de la ciberseguridad actual, aquel que ofrece más flexibilidad, que cuenta con más recursos, que tiene un SOC y un equipo experto, es aquel que aporta un valor diferencial totalmente. Todo es cuestión de saber adaptarse a lo que pide el mercado. Estamos en plena transformación digital de las empresas y hay que reinventar los negocios para poder sobrevivir porque el mercado es muy dinámico y más en el sector TI, por eso, cualquier partner que esté operando bajo el modelo MSP tiene que transformarse del típico distribuidor que ofrece al cliente una serie de productos a convertirse en su proveedor y asesor estratégico de confianza, proporcionando servicios clave en la parte superior de los productos, esta es la clave".

También tiene una visión positiva Sergio Martínez, que comenta que "sigue creciendo y es lógico. Y los fabricantes estamos adaptando nuestra oferta a este fenómeno creciente, que se está acelerando por la hiperconectividad y la desaparición del perímetro. El uso intenso de Cloud, las aplicaciones SaaS, Office365, G-Suite... hacen necesaria otro tipo de ciberseguridad, en el que el robo de credenciales es la nueva pandemia. Los servicios MSSP deben ir orientados también a este nuevo fenómeno, ayudando a las empresas a proteger identidades y datos que ya no residen en sus Datacenters on-premise, sino fuera del perímetro tradicional. Resumiendo, más MSSP, más herramientas para gestionar los clientes de manera multitenant, más servicios, más riesgos".



“La oferta tradicional basada en modelos de CAPEX está dando paso a nuevas fórmulas, y los partners deben adaptarse a las nuevas exigencias del mercado”

Carlos Vieira, country manager de **WatchGuard** Technologies para Iberia



“La disolución del perímetro, gracias a la adopción del teletrabajo y de la nube, están cambiando el punto de vista de la seguridad que deben tener las empresas”

David Gasca, business unit coordinator enterprise security en **V-Valley**

Para Marco Lorenzi, “la mayoría de las empresas hoy en día confían en sus datos para mantener sus negocios en marcha, convirtiéndose así en uno de los principales activos de las empresas. La propiedad intelectual de una empresa ahora tiene la forma de datos. Las relaciones comerciales, la atención al cliente, la gestión de suministros: todos estos aspectos comerciales implican grandes cantidades de datos. Y todos estos datos deben estar protegidos. Creo que es muy importante que los proveedores de TI tengan esto en cuenta al ofrecer soluciones de TI. El modelo “tradicional” no refleja la situación actual, donde los datos son “el combustible” de una empresa y cuando las amenazas a la integridad de los datos son tantas”.

Señala David Gasca que el número de partners “que implementa servicios gestionados sigue creciendo, y empresas que comienzan vendiendo soluciones en nuestro marketplace en formato mensual, con la ayuda de nuestra gente de desarrollo de negocio y nuestro departamento específico de MSP, ven las ventajas de pasarse a un modelo de servicio. Es normal empezar en soluciones de colaboración o mensajería, más habituales en este formato, pero adaptando soluciones de seguridad del end-point o incluso perimetral en formato MSP. El abanico de soluciones es cada vez más exten-

so y cuando el fabricante no proporciona las herramientas necesarias para trabajar este modelo MSP en V-Valley ponemos las herramientas necesarias para hacerlo posible”.

Una opinión similar ofrece Chuck Cohen, que explica que “igual que las amenazas son cada vez más sofisticadas, las nuevas soluciones de seguridad requieren un proveedor muy bien formado, que aporte un valor añadido. Los clientes demandan cada vez más los servicios gestionados, y buscan proveedores altamente especializados, que pueden convertirse en socios estratégicos de negocio además de proveedores. Los proveedores de servicios de mayor éxito utilizan plataformas tecnológicas que permiten automatizar los servicios de seguridad (EDR, SIEM...), y cuentan con equipos humanos altamente cualificados. Hace pocos años no había muchos proveedores, pero vemos cada vez más partners que optan por este modelo, y les está saliendo rentable”.

Tal y como confirma Víctor Orive, “es evidente que el mercado de seguridad como servicio está ganando cuota de mercado muy rápidamente frente al tradicional mercado de venta de producto. El concepto de pago por uso permite adecuar el coste del servicio a las necesidades reales de una manera continua y también evitar depender de una determinada tecnología durante largos plazos de tiempo”.



## HERRAMIENTAS Y CONOCIMIENTOS

¿Cuenta el canal con el conocimiento y las herramientas para asumir su rol en el mundo de la ciberseguridad actual? Para Víctor Orive, "sí que las tiene ya que las hereda del negocio tradicional, pero tiene que profundizar su formación orientada a la consultoría de seguridad integral ya que este nuevo modelo exige menos capacidades técnicas que el modelo tradicional".

Para David Gasca, "la tecnología y los ciberataques cambian rápido, y cada vez hay más elementos que proteger. Nuestros partners trabajan duro en estar suficientemente capacitados en estas tecnologías, pero el dinamismo del mercado no les permite abarcar ni con recursos técnicos o de producto las soluciones más novedosas o aquellas que están más alejadas de su foco de mercado. Precisamente nuestro valor está ahí, saben que pueden contar con nosotros como una extensión de sus empresas para llevar a cabo proyectos novedosos y complejos a buen puerto en clientes con los que mantienen una relación comercial. Nuestro enfoque de partner se basa en este apoyo mutuo que nos damos, porque ellos nos ayudan a distribuir las nuevas soluciones que hay en el mercado".

En opinión de Marco Lorenzi, "a medida que la función de las TI está cambiando y se

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



vuelve más importante para las empresas, también lo es la función de los resellers que las facilitan. Creo que nuestros partners han hecho un gran trabajo adaptándose a esta realidad. El mundo de las tecnologías de la información generalmente evoluciona a un ritmo vertiginoso. Desde Syneto, llevamos a cabo un esfuerzo constante para adaptarnos a estos cambios y a las demandas cambiantes del mercado y también lo hacen nuestros partners. Un buen socio tecnológico conoce el mercado, sus necesidades, pero también los desafíos a los que se enfrenta todo tipo de negocio".

Según la opinión de Sergio Martínez, "los partners integradores y resellers deben dar un salto importante y empezar a dar servicios a sus clientes desde un SOC. Y para ello, deben dotarse de las herramientas adecuadas. La defensa por capas en los clientes requiere de visibilidad para poder prestar este tipo de servicios y detectar y responder a los ciberataques de forma efectiva. Nuestro catálogo está orientado los MSSP, y disponemos de herramientas y licenciamiento para facilitarles el negocio".

Para Carlos Vieira, "cada vez está más preparado, sin duda. A raíz de la pandemia todos nos hemos visto obligados a reinventarnos, y los partners, especialmente. La foto entre un partner hace dos años y la situación actual es totalmente diferente. Todavía pecamos de tener un número escaso de profesionales expertos y son los partners los que están asumiendo ese papel de cara a los clientes. Por su parte, los mayoristas también juegan un papel importante en este apoyo al canal por el valor añadido que aportan. Ahora los partners que cuentan con soluciones y servicios de ciberseguridad en



su oferta son más, esto responde a las exigencias del mercado. El cliente final cada vez está más concienciado con la seguridad y le pide a sus partners este servicio. Por esto, la parte de seguridad hoy en un partner es tan importante para su negocio como puede ser la parte de virtualización, sistemas...”

### UN ROL CLAVE PARA EL NEGOCIO

Señala Alberto González que “el rol del partner es clave en este negocio. Su formación y especialización son una inversión prioritaria para estar siempre a la vanguardia del conocimiento. Desde Tech Data no solo contribuimos con esa formación, sino que además hemos diseñado una práctica de ciberseguridad para ayudarles en todos los campos y áreas, ayudándoles y ofreciéndoles herramientas e iniciativas para incrementar su negocio”.

Apunta José Antonio Morcillo que “2021 seguirá siendo un período de evolución en el ámbito de la ciberseguridad. La cantidad y complejidad de los cambios que hemos presenciado en 2020 y que han afectado al entorno de las ciberamenazas, podría derivar en escenarios muy diversos, lo que hará imprescindible una colaboración estrecha con nuestros partners en el desarrollo de sus conocimientos en seguridad y en el crecimiento de su negocio, facilitándoles la

venta de soluciones, poniendo a su disposición materiales y contenidos de formación, y ayudándoles a adquirir los conocimientos necesarios para realizar con éxito el despliegue y la gestión de nuestros productos y soluciones”.

Desde el punto de vista de Alberto Pérez, la situación actual requiere del partner “una transformación real de su modelo de negocio, y no solo un mero maquillaje: diseñar un catálogo de servicios, con la tecnología que mejor se adecúe al mismo, no solo en precios o branding, sino en capacidades, complejidad de gestión, adaptación a un modelo multitenant o formato de adquisición, es el primer paso en el que aún no se invierte suficiente tiempo y que lastra de arranque la futura rentabilidad o viabilidad de un offering basado en servicios. El siguiente, seguramente, sea la industrialización del catálogo, pues debe disponer de suficientes operadores especializados, un diseño robusto y una propuesta realmente cerrada, y no caer en las peticiones ‘llave en mano’ de los clientes que aún no terminan de entender las ventajas e inconvenientes de dicha evolución”.

Para Montserrat Peidró, “durante la pandemia hemos visto cómo de forma un tanto precipitada, porque la situación así lo pedía, muchas empresas (sobre todo las pymes) han desplegado soluciones para habilitar

el trabajo en remoto. La urgencia hizo que muchas de estas arquitecturas, dejaran abiertas posibles brechas de desprotección para todas estas empresas. Ahora es el momento de hacer un análisis más relajado de esas infraestructuras y aconsejarles cómo securizarlas. Este es el rol que los resellers deberían tomar y ver en esto una oportunidad para aumentar la monetización de cada uno de los puestos de trabajo digitales y para posicionarse como proveedores de servicios para sus clientes finales. La ciberseguridad es un ámbito donde los resellers pueden ofrecer tanto productos estándar como soluciones más complejas de consultoría que van desde servicios de asesoramiento a empresas, la concienciación de los usuarios, la implementación de entornos y aplicaciones seguras y la recuperación de datos tras un ataque. A primera vista parecería que este tema requiere de grandes inversiones por parte del reseller. Pero en realidad, cualquier reseller que hoy en día este vendiendo licencias Microsoft 365, puede añadir servicios de ciberseguridad a través del ALSO Cloud Marketplace y puede acceder a nuestro centro de excelencia en ciberseguridad y a nuestro equipo técnico local que le ayudará a asesorar a sus clientes bajo nuestra marca blanca y sin tener que hacer ninguna inversión”. ■

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



### MÁS INFORMACIÓN



[El ransomware y el phishing ponen en jaque a la ciberseguridad empresarial](#)



[La ciberseguridad en 2021 y el papel del canal, a debate](#)



[La mitad de los CISO españoles se siente en riesgo de sufrir un ciberataque](#)

# Habilite las medidas de Seguridad, en cualquier lugar

Proteja los intereses y las posibilidades de su negocio sin limitar a empleados, clientes o proveedores

[arrow.com/ecs/es](https://arrow.com/ecs/es)

**ARROW**





# La ciberseguridad en 2021 y el papel del canal, a debate

**E**l mercado de la ciberseguridad sigue creciendo por encima de la media de la industria TIC. El rápido aumento del teletrabajo debido a la pandemia ha incrementado significativamente el gasto en ciberseguridad, especialmente en protección del end-point y la nube, acceso VPN y gestión de identidades, ya que las empresas se apresuraron a proteger a sus empleados. ¿Cuáles son las últimas tendencias en materia de ciberseguridad y el papel del canal frente a los retos que se están produciendo en términos de protección de la información?

De ésta y otras cuestiones debatimos junto a Iñaki López Monje, regional director Iberia de Arrow ECS; Antonio Anchústegui, cybersecurity business manager de Ingram Micro España; Chuck Cohen, director general de Ireo; Sergio Martínez, Iberia regional manager en SonicWall; Borja Pérez, country manager de Stormshield Iberia; David Gasca, business unit coordinator enterprise security en V-Valley; y Carlos Vieira, country manager de WatchGuard Iberia.

En 2020, según los datos de INCIBE, se registraron 130.000 incidentes graves en ciberseguridad, y un incremento de los ataques del 80%. Y las previsiones estiman que estas cifras van a seguir creciendo. Tal y como indica Iñaki López Monje, "2020 ha sido un año con un tremendo incremento en los ataques, y, además, hemos vivido un cambio de paradigma en TI, con el movimiento de los puestos de trabajo a nuestros domicilios. Esta descentralización ha cambiado la forma de protegernos. En 2021 se mantiene la

La mitad de los CISOs españoles se siente en riesgo de sufrir un ciberataque. El 58% opina que su mayor vulnerabilidad en ciberseguridad está en el error humano, y el 63% afirma que el trabajo en remoto ha hecho que su organización sea más vulnerable frente a las ciberamenazas. De la evolución del sector de la ciberseguridad este año y del papel del canal TI debatimos junto a Arrow ECS, Ingram Micro, Ireo, SonicWall, Stormshield, V-Valley y WatchGuard.



**LA CIBERSEGURIDAD EN 2021 Y EL PAPEL DEL CANAL, A DEBATE**

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



tendencia, y vemos que la inseguridad sigue siendo un negocio y va a seguir creciendo”.

Para Antonio Anchústegui, “cada vez hay más ataques, más severos y sofisticados, y en todos los segmentos y sectores. Ahora, más que nunca, no solo basta con la compra de soluciones de seguridad, sino que hace falta una estrategia y un sistema integrado de ciberseguridad para prevenir los ataques y resolver los que sucedan. Las empresas van a necesitar ayuda y servicios gestionados, sí o sí, y tienen que tomarse la seguridad muy en serio”.

De similar opinión es Chuck Cohen, que añade que “hay dos cambios importantes en el último año y medio que afectan a la seguridad en las empresas: el auge del ransomware y las iniciativas de teletrabajo. Las prioridades de las empresas están cambiando y el canal tiene que estar a la altura”.

### AUMENTO DE LA PRESIÓN Y FALTA DE RECURSOS ESPECÍFICOS

En opinión de Sergio Martínez, “el ransomware creció un 62% el año pasado, y en lo que llevamos de 2021 ha crecido un 120%. La explosión de la superficie de exposición a la que estamos sometidos por el teletrabajo ha provocado una nueva ciberseguridad. Al tener más dispositivos, más velocidad de desarrollo y con el aumento de la presión del

ciberdelincuencia, los riesgos son catastróficos. Con la desaparición del perímetro y la subida a cloud, todo es más complejo”.

En la misma línea se expresa Borja Pérez, “es cierto que ha habido un incremento significativo de los ataques a PYMES, pero no se trata de algo exclusivo de estas empresas. Es algo más grave. Hemos visto ataques también a clientes y organismos grandes. Otro de los problemas a los que se enfrentan las empresas es la falta de recursos. Es cierto que se ha elevado el nivel de concienciación, pero no se están dedicando los recursos ni de presupuesto y humanos que deberían. En el caso de las grandes empresas, los departamentos de seguridad, y de TI en general, son pequeños, y en el caso de las PYMES, este departamento es el canal. Pero, incluso, en el canal es difícil encontrar profesionales en determinadas tecnologías o soluciones”.

En palabras de David Gasca, “en 2020 la prioridad de las empresas era seguir trabajando y no dieron la prioridad necesaria a una seguridad ordenada y orquestada. Subieron a la nube las cargas de trabajo que pudieron para poder trabajar, lo que ha generado una mayor exposición y un mayor nivel de ame-

naza. Tenemos que pasar a soluciones más orquestadas, priorizando la identidad. Lo vamos a ver en empresas grandes y pequeñas, si bien las herramientas con que se afronte en cada caso serán diferentes, porque la tendencia va a más”.

Finaliza esta primera ronda Carlos Vieira apuntando que “parte de los problemas de los últimos meses, además del ransomware, vienen por el phishing o por el robo de credenciales. Sigue habiendo muchas empresas que no cuentan con las herramientas necesarias para combatirlo. Además de la mencionada falta de recursos, es muy significativa la falta de talento. Pocas empresas tienen CISO, a excepción de las grandes del IBEX35. Los partners que ofrecen servicios gestionados tienen que jugar un papel importante, y cada vez vemos más partners que dan el salto a ofrecer estos servicios gestionados. Tienen que reclutar personas con conocimientos en ciberseguridad adecuados, porque la realidad es que todas las empresas van a sufrir un ciberataque, la cuestión es cuándo y cómo van a reaccionar”.

Continúa Carlos Vieira comentando que “muchas empresas ponen su seguridad en manos de partners que les ofrecen servicios gestionados, tratando de frenar las amenazas que siguen creciendo. Cuantas más capas de protección tenga una empre-



“  
Es esencial el papel del partner y los servicios gestionados, porque lo que buscan los CISOS es un servicio integral”

Iñaki López Monje,  
regional director  
Iberia de Arrow ECS

sa, cuantos más mecanismos de seguridad, será mejor”.

### PRINCIPALES PREOCUPACIONES

La mitad de los CISO españoles están preocupados por estar en un riesgo alto de ser atacados, y en muchos casos consideran que se debe al error humano y al incremento del trabajo en remoto. Para Borja Pérez, “el problema sigue estando en la falta de recursos y talento. Es un mundo cada vez más complejo, y cuantas más capas vayamos añadiendo, más complejidad tendremos. Por ejemplo, una empresa grande puede necesitar un experto en EDR, pero no los hay, o hay muy pocos. Si hablamos de empresas de infraestructuras críticas, vemos que hay muy pocos expertos en seguridad OT y están muy cotizados. En el aspecto positivo, se ha elevado la

concienciación, y estamos recibiendo llamadas de empresas que no se han preocupado nunca por la seguridad ya hora ven que un ataque puede dejar parada una ciudad porque entre en la red de semáforos, por ejemplo. No podemos obviar el error humano, pero tenemos que preparar nuestras organizaciones para minimizarlo, porque no podemos cargar la responsabilidad en el empleado. Aunque le demos los conocimientos necesarios, hay que actuar como si no los tuvieran. Por último, cabe destacar que a los CISO se les tiene más en cuenta en las empresas, pero se les añaden más responsabilidades. Muchos pasan a ser responsables de la ciberseguridad OT pero no son responsables de los procesos. Se les va complicando el trabajo”.

Y es que, cada vez, como apunta David Gasca, “tenemos más cosas que proteger y

vamos incrementando las cargas de trabajo. Antes protegíamos el perímetro y el endpoint, y ahora protegemos la cloud, el trabajo remoto, las conexiones, el OT... Por muchas capas que pongamos, sobre todo porque siguen apareciendo elementos nuevos, es cada vez más complicado proteger todo, y hay que apoyarse en socios de confianza. Además, con GDPR las cosas han cambiado, porque ahora nos enteramos más de las brechas de seguridad, y esto nos está ayudando a la labor de concienciación y de incremento de recursos”.

Para Iñaki López Monje, “aunque la situación no va a mejorar, la parte positiva es que estamos mejor preparados. Como país, estamos más preparados y la reacción es más rápida ahora que en el pasado. Hacen falta muchos más recursos y talento, y en el

“  
Ahora, más que nunca, **no basta con la compra de soluciones**, sino que hace falta una **estrategia y un sistema integrado de ciberseguridad**”

Antonio Anchústegui,  
cybersecurity business manager de **Ingram Micro** España



“  
El canal tiene que **aportar valor y complementar la estrategia de seguridad de la empresa con conocimiento y tecnología**”

Chuck Cohen,  
director general de **Ireo**

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

caso de los CISO es más claro. Y aquí juega un papel esencial el partner y los servicios gestionados, porque lo que buscan estos responsables de seguridad es un servicio integral para todos los elementos que se van integrando. En este sentido, nuestro papel es ayudarles en los aspectos más disruptivos, ofreciendo formación al canal y, sobre todo, integrando las soluciones de los diferentes proveedores para que el partner se lo pueda ofrecer a su cliente en un modelo de pago por uso”.

### INCREMENTO DE LA CONCIENCIACIÓN EN LOS CLIENTES Y NUEVOS PROBLEMAS

Explica Sergio Martínez que ha habido “un incremento de la concienciación, pero también es cierto que todo se ha acelerado mucho en el último año. De hecho, en el MWC de este año, uno de los temas de debate es cómo llevar soluciones de conectividad a las zonas rurales, y una de las opciones son las FWA basados en 5G. Esto supone un incremento de la conectividad, pero también van a incrementarse los problemas de seguridad. Una nueva ciberseguridad es necesaria, basada en una defensa por capas, porque los ataques son más sofisticados y de corte desconocido. No sabemos cuándo nos van a atacar, y, por eso, la defensa por capas es fundamental, como lo es tener una visibili-

dad central, algo que ayuda a los partners que ofrecen servicios de seguridad. El uso de la IA en la detección también es necesario. Y no podemos olvidar que con el trabajo en remoto, y de ahí el foco en la gestión de identidades. Sin olvidar que todo esto tiene que hacerse con un TCO disruptivo.”

### SERVICIOS GESTIONADOS DE SEGURIDAD

Para Chuck Cohen, “estos servicios son cada vez más importantes, porque muchas empresas ni siquiera tienen CISO, y las necesidades son cada vez más complejas. El canal tiene que aportar este valor y complementar la estrategia de seguridad de la empresa con conocimiento y tecnología. Representa una gran oportunidad para el canal. El papel del mayorista es ayudar para formarles. Vemos una evolución positiva. El canal está más preparado que hace un año, pero queda mucho camino por recorrer”.

Añade Antonio Anchústegui que los fabricantes “también están ayudando en este punto. Están permitiendo que los servicios gestionados no se queden solo en las grandes compañías y puedan llegar a cualquier escenario. El cliente necesitará ayuda, y pue-

den contratarla de manera preventiva, con lo que cuando ocurra el incidente el problema será menor, o de forma reactiva, y ahí el daño sería mayor”.

Apunta Borja Pérez que “si los fabricantes no ofrecemos lo que el canal necesita, éste lo monta por su cuenta. Pensemos en un partner regional que está ofreciendo todos los servicios de TI y seguridad que sus clientes necesitan, bien con las herramientas que les proporcionamos los fabricantes o bien montándolo ellos. Vemos que el canal está ofreciendo estos servicios, pero igual va un poco más lento de lo que esperábamos esta transición, y todavía se vende muchas soluciones en modo CAPEX”.

Se muestra optimista David Gasca, que indica que “se abre una gran oportunidad para todos. Ha habido oportunidades de cambiar a un modelo OPEX, y cada vez vemos más partners trabajando de esta manera. Tenemos una apuesta fuerte por los MSP, y cada vez vemos más partners que han empezado con una solución concreta y quieren dar el paso a soluciones más amplias”.

Pero hay un tema esencial, matiza Sergio Martínez, que explica que “la formación al canal es fundamental. No solo de productos propios, sino en tecnologías y capacidades. Hemos hecho este año un esfuerzo muy grande de formación y certificaciones on-li-



“La explosión de la superficie de exposición a la que estamos sometidos por el teletrabajo ha provocado una nueva ciberseguridad”

Sergio Martínez,  
Iberia regional  
manager en  
**SonicWall**

ne, pero creemos que es una de las piedras angulares para que esto funcione”.

### APORTAR EL VALOR QUE EL PARTNER NECESITA

En palabras de Iñaki López Monje, “los fabricantes de seguridad llevan años ofreciendo opciones de pago por uso, pero se potenciaba y se comisionaba que el negocio fuera, sobre todo, on premise. En el caso de los mayoristas, tuvimos que ayudar a convertir a los partes el negocio del CAPEX al OPEX. Además, cada uno tiene un punto en el que es el mejor, pero ningún proveedor tenía una solución completa para todos, con lo que los usuarios se enfrentaban a múltiples soluciones. Por eso encontramos una oportunidad ofreciendo plataformas que ofrezcan la posibilidad a los partners

de gestionar licencias en la nube, además de ofrecer la formación necesaria para cada partner. Es una gran oportunidad ser el enlace entre el cliente y los modelos de venta de los fabricantes”.

“A esto añadimos el valor de ofrecer soluciones complementarias”, añade David Gasca, “no solo es integrar, sino ofrecer soluciones, conociendo la oferta del partner, que le faltan”.

Por su parte, Carlos Vieira apunta que “soy un gran defensor del mayorista de valor añadido. Un mayorista tiene que aportar este valor, ya sea en preventa, postventa, formación, financiación... El canal es un complemento nuestro, un brazo extendido de nuestra organización”.

Incide Iñaki López Monje en la idea de que el de la seguridad “es un segmento al alza, pero es un negocio muy conectado, y prote-

ger el talento es cuestión de todos. Tenemos que ser responsables del sector”.

### UN AÑO POSITIVO, SEGÚN LAS CIFRAS

A la vista de las cifras, algunos segmentos de la seguridad están evolucionando muy positivamente. Tal y como comenta Sergio Martínez, “hay que tener cierta precaución con los datos comparativos, porque el primer trimestre del año pasado fue bastante atípico, porque con la llegada de la pandemia hubo mucha aceleración para parchear la organización y a los trabajadores remotos. Es difícil comparar, pero estamos viendo un crecimiento sostenido en los primeros meses del año, incluso frente a los datos positivos del año anterior. Algunas gamas están creciendo por encima del 50%, sobre todo en gamas menos tradicionales. Las perspecti-



“En **2020** la prioridad de las empresas era seguir trabajando y **no dieron la prioridad** necesaria a una **seguridad ordenada** y orquestada”

David Gasca,  
business unit coordinator enterprise security en **V-Valley**



“No podemos obviar el **error humano**, pero tenemos que **preparar** nuestras **organizaciones** para **minimizarlo**”

Borja Pérez, country manager de **Stormshield Iberia**

vas son buenas, y el año pasado ya crecimos a doble dígito”.

Para Carlos Vieira, “no podemos comparar datos realmente con 2020, porque hay muchas variables significativas, como el número de empresas que se han cerrado o aquellas que han reducido su número de usuarios. Hay que leer los números con mucho cuidado y ver lo que hemos hecho y dónde estamos. Ahora estamos viendo que la situación económica está llevando a las empresas a invertir con mucho cuidado, pese a que los fabricantes presenten nuevas gamas y los mayoristas busquen nuevos segmentos de

producto. Nosotros el año pasado también crecimos a doble dígito y se mantiene la tendencia en 2021”.

En palabras de Chuck Cohen, “para nosotros 2019 fue un año excelente y en 2020 nos mantuvimos con un decrecimiento del 6%, si bien en 2021 hemos retomado la senda del crecimiento en torno al 15 o al 20%. Cada uno nos posicionamos en segmentos diferentes, pero algunas de estas soluciones de nicho nuevas están funcionando muy bien”.

En opinión de Borja Pérez, “el año pasado fue bastante plano, con un final de ejercicio muy espectacular. Eso nos hacía ser opti-

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



mista con respecto a 2021. La tendencia se mantiene estos meses, con un crecimiento saludable”.

“Nosotros tuvimos esa sensación en abril”, apunta Antonio Anchústegui, “pero el mercado sigue fuerte. Vemos grandes oportunidades en protección del puesto de trabajo, del dato y de la nube, pero los proyectos se han disparado en servicios, tanto para resolver ataques como para aquellos que se han dado cuenta de que no pueden seguir como estaban”.

Apunta Iñaki López Monje, “este sector creció el pasado año, y ese trabajo que hacemos los mayoristas incorporando nuevas tecnologías y fabricantes es importante para complementar la propuesta para el partner”.

A nivel de números, señala David Gasca, “ha habido crecimientos puntuales del 500% en VPN, pero al final el año se ha compensado, y unos segmentos y otros han mantenido el nivel”. ■



MÁS INFORMACIÓN



[La ciberseguridad en 2021 y el papel del canal, a debate](#)

## ¿Oportunidades de consolidación en el mercado?

¿Sigue habiendo oportunidades de consolidación en el mercado?

Para Chuck Cohen, “va a continuar la consolidación, y prueba de ello es que nuestro catálogo se ha incrementado mucho gracias a este tipo de soluciones que integran los fabricantes en su oferta”.

Asimismo, existen fabricantes que vuelven a la seguridad, señala Sergio Martínez, “y partners que hemos visto crecer

a base de adquisiciones. Nosotros lo hemos hecho para lanzar nuestros productos de SASE, y hemos llegado a acuerdos con otras. Va a ser un año muy movido”.

“Pero no va a ser diferente al año pasado”, indica Carlos Vieira, “y creo que tras la concentración de mayoristas, vamos a ver muchas adquisiciones muy grandes de partners, porque hace falta ganar músculo para crecer. Y en

el caso de los fabricantes, también. Ahora el mercado parece tranquilo, pero creo que va a haber alguna oportunidad importante antes de final del año”.

“El objetivo”, finaliza David Gasca, “es seguir creciendo mientras haya oportunidades en el mercado, así que si no es ahora será en unos meses, y si no es uno serán otros, pero va a seguir habiendo movimientos en esta línea en el mercado”.



Muchas empresas ponen su seguridad en manos de partners que les ofrecen servicios gestionados, tratando de frenar las amenazas”

Carlos Vieira,  
country manager de  
WatchGuard Iberia

# V-Valley

★★★★★ the Value of esprinet

**Ciberseguridad:  
el mejor socio de valor  
a ambos lados del mercado.**



- Equipo experto
- Tecnologías punteras
- Soluciones adaptativas
- Capacidad financiera



**vinzeo**



[www.v-valley.es](http://www.v-valley.es) [seguridad@v-valley.com](mailto:seguridad@v-valley.com)

BARCELONA · BILBAO · MADRID · LISBOA · SEVILLA · ZARAGOZA

# El software de gestión empresarial se reactiva con la pandemia

**E**n plena crisis sanitaria, fueron muchas las empresas que se dieron cuenta de que implantar herramientas tecnológicas, como los softwares de gestión, eran cruciales para poder continuar con su labor, garantizando el mejor servicio y su propia supervivencia. Con los empleados trabajando en remoto, las empresas se vieron en la obligación de apostar por soluciones de software empresarial en la nube, para poder acceder en todo momento y desde cualquier lugar, una tendencia que seguirá en ascenso. De hecho, según datos de IDC, se espera un importante crecimiento de la inversión en software en los próximos años, especialmente en los modelos cloud, donde veremos cifras de doble dígito. Sobre el comportamiento del mercado del software de gestión empresarial, su evolución tecnológica y su importancia para el canal hemos hablado con Microsoft, Sage, V-Valley GTI, Wolters Kluwer y Workday.





Lejos de retrasar su toma de decisiones de TI, la pandemia mundial tuvo un efecto alentador en las empresas europeas. En lugar de congelar el gasto y esperar, muchos de ellos optaron por acelerar sus iniciativas de transformación digital y las migraciones a la nube, que impulsaron la inversión en software. Según datos de IDC, el mercado de software europeo, incluidas las implementaciones locales, creció un 6,7% en 2020.

“Al principio de la pandemia, lo importante era mantener la actividad para las empresas y en eso se centraron los esfuerzos de los clientes y de nuestros partners. Después de este esfuerzo inicial hemos visto que el nivel de proyectos e inversiones ha retomado la tendencia de crecimiento”, señala Roberto Alonso, Cloud & Business director de V-Valley GTI, añadiendo que “el software de gestión es una parte fundamental en la transformación digital de las empresas. En nuestro caso, venimos de crecimientos importantes de manera continua, alcanzando hasta un 60% en este último año”.

Por su parte, Sage realizó un estudio en el que el 48% de las empresas afirmó que invertiría en digitalización como parte de su estrategia empresarial, con el fin de adaptarse a la nueva normalidad. “Estos seis primeros meses del año nos están mostrando

que así es. Cada vez son más las empresas que apuestan por la tecnología como factor diferenciador. Hemos visto como, por ejemplo, la demanda de soluciones en la nube se ha incrementado de un 31% hace dos años, al 61%”, confirma Diego Sánchez-Aparisi, Product Marketing director en Sage España y Portugal. “Sin duda, nuestro sector está siendo clave para todas aquellas empresas que quieren acelerar su proceso de transformación digital”.

De la misma opinión es Juan Chinchilla, director de la Unidad de Negocio de Business Applications de Microsoft en España, para quien la situación sanitaria que hemos vivido este año ha acelerado la transformación digital de las empresas, sobre todo habilitando el teletrabajo, demandando soluciones SaaS y organizando el acceso a los datos a través de aplicaciones

empresariales en la nube. “En pocos meses hemos vivido los procesos de transformación digital que se iban a producir en años. Si es verdad que tanto en las pymes como en las grandes empresas la situación sanitaria ha congelado algunos proyectos, también hay que reflejar que ha empujado muchos otros”, comenta Chinchilla.

Teniendo en cuenta la aceleración de la actividad post-COVID, conjuntamente con las ayudas de los Fondos Europeos y una evidente necesidad de digitalización de las empresas, es previsible que la demanda para este mercado crecerá.

#### ADAPTACIÓN AL TRABAJO REMOTO

Una de las grandes consecuencias de la COVID-19 en el mundo empresarial ha sido la necesidad de apostar por el teletrabajo. De ahí que la demanda de software

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



“  
El software de gestión es una parte fundamental en la transformación digital de las empresas  
”

Roberto Alonso, Cloud & Business director de V-Valley GTI



que permita realizar teletrabajo haya crecido en los tiempos de pandemia.

“Aquellas empresas que por su tipo de actividad han seguido trabajando en tiempos de pandemia, lo han hecho, en gran parte, gracias a software que permita este trabajo en remoto. Además, esta tendencia, que se ha acelerado durante el 2020, se postula como una nueva realidad en el entorno empresarial”, advierte Francesc Núñez, ERP & Office Management Product Manager Wolters Kluwer Tax & Accounting España.

Efectivamente, el teletrabajo fue un aspecto clave durante la pandemia. Este aumento exponencial ha hecho destacar dos claves: por un lado, la viabilidad y éxito del teletrabajo y, por otro, la necesidad de contar con las herramientas adecuadas y un alto grado de digitalización para una correcta adaptación de las empresas ante cambios de escenario inesperados. Este tipo de soluciones, que cuentan con tecnología de vanguardia que permite a las empresas ser ágiles y adaptarse las circunstancias, irán ganando cada vez más importancia en un mercado todavía muy marcado por soluciones ‘legacy’.

Para Oliver McKenna, CTO de EMEA de Workday, “el futuro del mercado del software empresarial estará marcado por las soluciones SaaS, la nube y la implantación de



nuevas tecnologías como la Inteligencia artificial, que mejorarán tanto los procesos de las compañías, como la gestión del talento, se encuentre este en la oficina o desde casa”.

Roberto Alonso, de V-Valley GTI, también cree que “la situación actual lo que ha hecho es incluso acelerar la adopción de soluciones cloud, por distintos motivos como la velocidad de implantación, la facilidad de uso y acceso desde cualquier dispositivo. Se ha demostrado que los usuarios pueden trabajar de manera eficaz y segura desde cualquier punto”.

### EL ON-PREMISE CEDE TERRENO AL SAAS

Efectivamente, no hay duda de que el modelo de Software como Servicio (SaaS) ha ganado peso en el último año. Los sistemas on-premise se pueden encontrar en cualquier empresa hoy en día, pero, desde hace más de una década se está produciendo el cambio hacia la nube y las soluciones SaaS están ganando terreno en la

empresa y sustituyendo a los sistemas de gestión tradicionales.

“Los sistemas on-premise frenan el ritmo de la innovación porque dependen de actualizaciones completas de software para incorporar las novedades, y también suponen riesgos en lo referente a la seguridad. Contar con tecnología anticuada y on-premise supone para las empresas ir por detrás a la hora de responder a las necesidades en materia de innovación, escalabilidad o cargas de trabajo”, sostiene Oliver McKenna, de Workday.

Diego Sánchez-Aparisi, de Sage, añade que “el ritmo de adopción del modelo SaaS es muy diferente según su tipología. Por ejemplo, un servicio como el correo electrónico en la nube ya se ha convertido en una norma tanto en el ámbito personal como en el empresarial. Sin embargo, lo que está claro es que el futuro del software pasa sí o sí por el modelo SaaS”.

Vemos pues que las soluciones SaaS están experimentando un crecimiento sostenido y cada vez más organizaciones invierten ya su presupuesto de TI en ellas. Sobre las principales ventajas que su uso reporta, Juan Chinchilla, de Microsoft, defiende que “el poder tener acceso continuo a las últimas actualizaciones y contar con la flexibilidad del pago por uso de la nube es un habilita-



“Los ISVs son, sin duda, un eslabón muy importante en la cadena de valor”

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

dor de crecimiento e innovación a escala. Es un modelo que ha permitido ofrecer a todas las empresas con independencia de presupuesto acceder a lo último en innovación y a la tecnología que históricamente sólo se podían permitir las grandes empresas”.

“La baja barrera de entrada y la despreocupación de servidores y mantenimientos en hardware destacan como ventajas en esta modalidad”, recalca Francesc Núñez, de Wolters Kluwer. “Quizá en las pymes más grandes existe todavía cierta reticencia a este tipo de oferta, probablemente, porque es un segmento en que la especialización del partner y los ajustes a medida del software son más relevantes, y todavía hay bastante anclaje al mundo on-premise”.

## HACIA SISTEMAS MODULARES E INTEGRADOS

Según SoftDoit, existen cuatro grandes grupos de software de gestión empresarial: ERP, CRM, RRHH y SGA. Se trata de sistemas integrales que abarcan funciones para todo tipo de empresas y sectores, y que pueden personalizarse y potenciarse con módulos específicos.

Existen dos aspectos fundamentales que los clientes buscan en un software de gestión empresarial. Por un lado, que la solución sea realmente productiva y eficiente, y, por otro lado, la conectividad con módulos externos relacionados con la actividad de la empresa. Accesos remotos, portal de empleado, soluciones colaborativas y de productividad,

comunicación interna, gestión de proyectos, registro de jornada, comercio electrónico o centralita virtual son algunos de los sistemas modulares más demandados.

Diego Sánchez-Aparisi, de Sage, cree que “los nuevos modelos de trabajo han hecho que herramientas como el ERP y el CRM se conviertan en imprescindibles para la adaptación de las empresas al nuevo ecosistema. Durante la pandemia, permitieron asegurar la continuidad de los negocios, facilitando el teletrabajo y la colaboración. Ahora, ofrecen un mayor control sobre la empresa en términos de costes y producción, y ayudan a ser más eficientes y competitivos. Además, proporcionan mayor capacidad de adaptación a las nuevas tendencias y hábitos de los consumidores”.

Por el contrario, Oliver McKenna, de Workday, estima “el concepto de ERP tal y lo conocemos tiene los días contados, puesto que es un modelo rígido y estático que no permite a las empresas contar con la flexibilidad necesaria en el mundo empresarial actual. Por eso, Workday está concebido desde su inicio como una nueva generación de soluciones llamadas Enterprise Management Cloud, que integra las diferentes funciones clave de RRHH y Finanzas, y cuenta con funciones empresa-



“Lo que está claro es que el futuro del software pasa sí o sí por el modelo SaaS”

Diego Sánchez-Aparisi, Product Marketing director en Sage España y Portugal



riales clave como Planificación, Sourcing y Análisis, basadas en datos en tiempo real, y diseñado centrándose en la experiencia del usuario”.

Por su parte, Juan Chinchilla, de Microsoft, ha notado como “Dynamics 365 está experimentando un gran crecimiento. Nuestra solución holística es capaz de satisfacer todas las necesidades departamentales eliminando los silos tradicionales existentes entre el ERP y el CRM. Conecta los procesos de producción, la atención y servicio al cliente y los de servicios de campo, o gestionar el talento de la organización, solo por poner unos ejemplos. Además, con la ventaja de la plena integración con las herramientas de productividad y colaboración de Microsoft 365”.

En el caso de V-Valley GTI, hemos detectado que el interés en el ERP en la nube de Microsoft crece de forma exponencial desde la llegada de Dynamics Business Central en la nube”, apunta Roberto Alonso. “Pero no solo el ERP está ‘de moda’, otras soluciones de Microsoft que ayudan a mejorar los procesos de negocio de los partners como Power Automate y Power Apps, están teniendo una gran demanda de información y estamos trabajando junto a nuestros partners en muchos proyectos muy interesantes”.



### DEMOCRATIZACIÓN DE LAS SOLUCIONES

Una de las principales consecuencias de la crisis sanitaria es que todas las empresas, sin excepción, se han dado cuenta del nivel real de digitalización de sus organizaciones, y de la importancia de contar con herramientas tecnológicas que les permitan operar de forma eficiente en un mundo post-COVID. Esto ha sucedido sin excepciones, sin importar el sector o el tamaño. Lo que sí ha variado de una empresa a otra es el modelo de digitalización y las prioridades para abordar este reto.

Ahora mismo, cualquier empresa sea cual sea su tamaño puede implantar un ERP acorde a sus necesidades, una de las ventajas del cloud y los modelos por suscripción ha sido y es la facilidad de acceder a la tecnología independientemente del tamaño de las empresas.

Para Diego Sánchez-Aparisi, de Sage, “dependiendo del tamaño de una empresa, cada una de ellas tiene mayor o menor facilidad para implantar este tipo de soluciones, en términos de recursos e in-

fraestructuras. La nube está impulsando la adopción de sistemas ERP en empresas de entre 10 y 49 empleados que no contaban con los recursos para afrontar la implantación de un sistema tradicional”.

Sobre este punto, Francesc Núñez, de Wolters Kluwer, aclara que “las diferencias que vemos según el tamaño de empresas se dibujan en dos líneas. Por un lado, la clásica funcional: evidentemente, las empresas más pequeñas no necesitan un ERP con una funcionalidad muy amplia, mientras que las medianas y grandes solicitan que el ERP, aunque sea de forma sencilla, cubra un abanico funcional amplio y sobre todo conectable con otros sistemas propios o de terceros. Por otro lado, el pago por uso, para minimizar las barreras de entrada, es más demandado entre las empresas pequeñas”.

El software de gestión empresarial no está focalizado a un sector en concreto, por lo que la demanda viene de sectores muy dispares. La influencia de los ISV es fundamental en este negocio, dado que sus extensiones y apps mejoran las funcionalidades específicas que se necesitan para complementar el ERP y adecuarlo a cada sector y negocio concreto.

“Las empresas –tanto pequeñas como grandes– que quieran seguir avanzando, tienen que anticiparse a sus competido-



“El canal ofrece una gran variedad de servicios alrededor de las licencias de software”

Francesc Núñez,  
ERP & Office  
Management  
Product Manager  
Wolters Kluwer Tax  
& Accounting España

res, abrazar la tecnología sin tener miedo al cambio, construir capacidades digitales propias sobre ella e introducir disrupciones en la economía. Y para que las ventajas preconizadas de la digitalización se conviertan en una realidad tangible, los ISV son, sin duda, un eslabón muy importante en la cadena de valor”, declara Juan Chinchilla, de Microsoft.

### EL DECISIVO ROL DEL CANAL

Vemos que el mercado del software de gestión empresarial está viviendo un crecimiento exponencial en lo que al ritmo de adopción se refiere. Esto representa una enorme oportunidad para el canal, especialmente para el canal que entiende el cambio de modelo que suponen los modelos SaaS, donde el partner de TI tradicional pierde importancia, y toma más relevancia el partner enfocado en la consultoría de negocio y transformación empresarial.

La venta de software de gestión para el canal tiene varias ventajas. Una de ellas es el margen comercial, pero a esta hay que añadir otras, como los servicios asociados a esa venta, que en algunas ocasiones puede suponer un importante porcentaje. Así, servicios de parametrización, consultoría, formación, acompañamiento pueden completar estas ventajas. De forma más am-

plia, el partner tiene la ventaja de gestionar el cliente de forma holística, presentándose en muchas ocasiones como único punto de contacto para el software, el hardware e incluso para otro tipo de servicios.

“La ventaja principal es aportar una solución de valor añadida a los servicios que ya puedan estar ofreciendo a sus clientes, tales como infraestructura, seguridad, productividad, etc., ayudando a que el partner se convierta en el referente para su cliente en todo lo que a la tecnología y digitalización se refiere”, sostiene Roberto Alonso, de V-Valley GTI. “Como en la mayoría de

los negocios, se requiere especialización, asesoramiento, soporte y formación. Es importante, además, cuando hablamos de modelos cloud y de suscripción, acompañar al cliente en uso de la solución y mantener un contacto constante”.

Según Francesc Núñez, de Wolters Kluwer, “el canal ofrece una gran variedad de servicios alrededor de las licencias de software de gestión empresarial. Todo lo relacionado directamente con la implantación del software, lo indirectamente relacionado, como gestión de hardware u otros servicios. En canal más avanzado, además, se puede presentar



“El concepto de ERP tal y lo conocemos tiene los días contados”

Oliver McKenna,  
CTO en EMEA de  
**Workday**

como socio tecnológico del cliente, proporcionándole incluso software propio vinculado con el software de gestión ofrecido”.

En cuanto al proceso de adaptación del canal al modelo SaaS, es una andadura que se inició hace un par de años, lo que ha supuesto que ya estuviera preparado para afrontar el crecimiento de demanda que ha producido la pandemia. Sin embargo, hay espacio para más partners que quieren buscar su propuesta de valor en este segmento de mercado.

Finalmente, Diego Sánchez-Aparisi, de Sage, considera que “el canal debe redefinir su rol y asegurar que encuentra una nueva propuesta de valor. En esta línea hay dos nuevos roles que han tomado mucha importancia. Por un lado, tenemos la figura del partner tradicional, que tiene profundos conocimientos de transformación empresarial y es capaz de aconsejar qué partes de la empresa hay que digitalizar y en qué orden. El otro rol es el de partner desarrollador, que sobre la nueva plataforma SaaS desarrolla sus propios componentes software para extender o mejorar la funcionalidad del producto base. En Sage estamos apostando por desarrollar un ecosistema de partners que aúne a los tradicionales con los desarrolladores, para poder ofrecer este tipo de soluciones integradas”. ■



## MÁS INFORMACIÓN

[El mercado de software europeo ganó impulso con la pandemia](#)

[La demanda de dispositivos y software empresarial impulsará el gasto de TI](#)

[El mercado de software social y colaboración crecerá un 17,1% este año](#)

[Los ISV están emergiendo como socios potenciales en la transformación digital](#)

[El mercado de aplicaciones empresariales creció un 7,5% liderado por SAP](#)

[Las pymes españolas apuestan por implantar ERP para gestionar sus negocios](#)

## Las nuevas tecnologías se afianzan en el mercado

El sector se encuentra en un momento de desarrollo acelerado, impulsado por la transformación de las organizaciones. En los últimos años los desarrolladores de software de gestión han comenzado a implantar capacidades de Inteligencia Artificial (IA) y Machine Learning en sus soluciones para la correcta automatización y agilización de los procesos. Además, estas tecnologías permiten acceder a información crítica del negocio, para construir empresas más resilientes, que se adapten a los cambios con facilidad.

“El foco de los fabricantes sigue puesto en ofrecer herramientas cada vez más inteligentes y, por tanto, productivas y eficientes para los clientes”, explica Francesc Núñez, de Wolters Kluwer. “Por destacar una tendencia entre los principales fabricantes, el tratamiento del dato está claramente en el centro de muchas actividades de desarrollo, de ahí que las tecnologías más orientadas al tratamiento y explotación del dato tengan más relevancia”.

“Por supuesto, el cloud computing es una palanca de cambio de muchas empresas y así lo demuestran las cifras de negocio, pero, sin duda, la IA se ha consagrado como la piedra angular de cualquier empresa que

desea impulsar su competitividad y mantenerse al día en cuanto a desarrollo tecnológico”, afirma Juan Chinchilla, de Microsoft.

Por su parte, Roberto Alonso, de V-Valley GTI, opina que “la principal tendencia tecnológica en estos momentos es la automatización, seguida muy de cerca por la IA, donde se intenta explotar de manera eficiente la cantidad creciente de datos en las compañías”.

La inteligencia artificial y el machine learning seguirán consolidándose, lo que capacitará a los empleados para que tengan un mejor rendimiento, ayudándoles a fortalecer sus habilidades y capacidades básicas. Así lo cree Oliver McKenna, de Workday, “que considera que “el data science cobrará mayor protagonismo a medida que se desarrollan y mejoran nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, el machine learning y el análisis aumentado, para poder procesar grandes cantidades de datos aportará información relevante sobre los diversos aspectos de la empresa”. McKenna añade que “tanto el Blockchain como la tecnología de criptografía permitirán a los usuarios ser dueños de sus datos, y que éstos sean autenticados cuando se compartan con terceros”.

# TRABAJAMOS PARA TI

Nuestro éxito se basa en la confianza y cercanía con el canal

## Soluciones

### SEGURIDAD

Soluciones avanzadas que permiten proteger la red, los sistemas y los usuarios corporativos.

### ITSM

Soluciones de gestión de servicios TI para empresas de todos los tamaños y presupuestos.

### SISTEMAS

Soluciones de nueva generación para sistemas críticos e infraestructuras del Data Center corporativo.

### NETWORKING

Soluciones de fabricantes líderes del mercado para redes de cualquier tipo y tamaño.

### MSP

Soluciones diseñadas para proveedores de servicios gestionados.

### Áreas de NEGOCIO

Soluciones que cubren las necesidades de diferentes áreas del mercado tecnológico actual.



*“Tenemos la misión de ayudar a nuestros Partners a hacer crecer su negocio a través de las mejores soluciones, el valor añadido y la diferenciación.”*

*Además, contamos con el respaldo de fabricantes de primer nivel en el sector.”*

# IREO

MAYORISTA DE SOLUCIONES TI  
[www.ireo.com](http://www.ireo.com)



# El fenómeno del Device as a Service y las oportunidades para el canal TI





# El modelo de Dispositivo como Servicio y el negocio para el partner

**E**stamos de enhorabuena ya que estrenamos un nuevo formato audiovisual que hemos bautizado como Encuentros IT Reseller. En estos eventos analizaremos, de la mano de una firma analista y un mayorista de primer orden, las principales tendencias que están incidiendo de manera más meridiana en el negocio del ecosistema que constituye el canal TIC en España.

En esta primera edición de los Encuentros IT Reseller, emitida el pasado 18 de junio, hemos tenido el honor de contar con la presencia de Elena Montañés, Country Director de Context Iberia, y José María García, Country Manager de Esprinet Ibérica, para analizar el fenómeno del Device as a Service y las oportunidades y retos que está generando para el canal tecnológico.

El concepto de Device as a Service ofrece un moderno modelo de servicio que simplifica el modo en que las organizaciones equipan a sus usuarios con hardware, soporte, administración de dispositivos y



servicios del ciclo de vida más adecuados para realizar su trabajo. Es como una suscripción, una cuota mensual por puesto de trabajo, que permite a las organizaciones no tener que invertir por adelantado

en la compra de los dispositivos. Solo pagan por lo que utilizan, nada más. Entre los dispositivos se encuentran PCs de sobremesa, portátiles, smartphones, tabletas o una combinación de todos ellos.

**El pasado 18 de junio tuvo lugar la primera edición de los Encuentros IT Reseller, en la que contamos con la asistencia de Elena Montañés, Country Director de Context Iberia, y José María García, Country Manager de Esprinet Ibérica, para hablar del fenómeno del Device as a Service y las oportunidades para el canal TI.**



## LA SITUACIÓN DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN TI

La sesión comenzó de la mano de Elena Montañés, que arrancó su presentación con el análisis del canal de distribución en España. Se ha producido un gran contraste en 2020 entre la evolución del negocio del canal, que creció cerca de un 14% en España, y el rendimiento del PIB en nuestro país, que descendió 11,4 puntos, cuando lo habitual es que entre ambos parámetros se den en torno a 3 puntos de diferencia. En todos los países esta horquilla ha sido muy similar durante el pasado año. Y la tendencia ha continuado durante el primer trimestre de 2021, con un crecimiento del mercado de la distribución del 20,1%, y una caída del 4,3% de la riqueza en nuestro país.

El buen estado de forma de la industria tecnológica también se refleja en el valor bursátil de sus integrantes. Si comparamos, según Context, su situación actual con respecto a la de septiembre de 2019, sectores como el de imaging han crecido un 16%, de infraestructura un 33%, de tecnología para el retail un 51%, de sistemas personales un 93%, de GAFAM un 94%, de headsets y webcams un 146%, y del mayoreo tecnológico un 191%. Bonanza que ha podido corroborar José Ma-

“**El que no esté dentro del segmento del alquiler de producto, el que no comprenda en qué consiste la tecnología como servicio, estará fuera del mercado**”

José María García, Country Manager de **Esprinet Ibérica**

ría García, Country Manager de Esprinet Ibérica, cuya compañía, desde febrero de 2020 hasta ahora, ha visto cómo el valor de sus acciones se quintuplicaba al pasar de 3 euros a los 15 euros actuales.

### POR ENCIMA DE LA MEDIA EUROPEA

En lo que va de año el mercado de la distribución tecnológica en España ha crecido un 23% con respecto al mismo periodo de 2020, pero también muy por encima de 2019, y siempre mejorando con más intensidad que la media europea. Dentro de estos parámetros, el segmento de volumen, que aglutina portátiles, tabletas, componentes y accesorios de computing, en definitiva, todo aquello que requiere el puesto de trabajo, ha crecido del orden del 31%, muy impulsado por el sec-

tor educativo. Por otro lado, el mercado de valor, debido al cierre de las oficinas y al consecuente parón de los proyectos empresariales, se resintió, aunque ha ido recuperándose paulatinamente hasta crecer un 4%.

Otra de las tendencias ha sido el aumento notable durante este periodo de los precios de los productos informáticos, como portátiles, impresoras láser multifuncionales y monitores, debido a la escasez de componentes, la demanda de productos más profesionales o el encarecimiento en el transporte y la logística de las entregas. “Hay determinadas empresas de transporte que se están aprovechando de esta situación para incrementar sobremanera los costes”, apunta José María García.



José María García, Country Manager de Esprinet Ibérica

Si quiere visualizar este webinar, acceda desde aquí





“

En un **primer momento** del confinamiento se produjo una **gran demanda de dispositivos**, pero, posteriormente, se ha requerido el **salto al mantenimiento** de los mismos, a su securización, lo que ha fomentado la apuesta por una solución, no un mero dispositivo. Es decir, el **caldo de cultivo del dispositivo como servicio**”

Elena Montañés, Country Director de **Context Iberia**



Elena Montañés,  
Country Director de Context Iberia

Sin duda alguna, la aceleración de la demanda de servicios cloud ha sido una de las grandes protagonistas durante todo este periodo. España se encuentra en este parámetro por debajo de la media europea, que ha crecido a un ritmo del 33% de febrero a abril del presente año. Las pequeñas y medianas empresas están invirtiendo en su transformación digital en España, con foco en el puesto de trabajo como servicio. Los pequeños y medianos distribuidores, que son los grandes articuladores de este fenómeno, han crecido este año un 27%. Y han ayudado a que el dispositivo como servicio haya cobrado un especial protagonismo debido al efecto de la pandemia.

Según un informe reciente de Context, las categorías como servicio están generando nuevos ingresos para el canal, lo que puede suponer una pérdida de ingresos tradicionales de hardware y software, pero que puede ser compensada al reseller por las ofertas “como servicio”. El 28% lo está consiguiendo ya, aunque más del 60% todavía no tiene demasiado claro cómo explotar este modelo.

Lo que es evidente es que el mayorista tiene un papel fundamental en el desarrollo del Device as a Service, aunque hay mucho camino por recorrer en cuanto a su aporte y papel al respecto. “El que no esté dentro del segmento del alquiler de producto, que no comprenda en

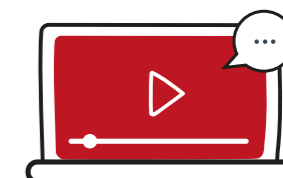
qué consiste la tecnología como servicio, trabajando intensamente ahí, estará fuera del mercado. Tenemos que saber evangelizar al canal al respecto”, apunta José María García.

### LA TRANSFORMACIÓN DE LOS NEGOCIOS

Ante la posibilidad de que un negocio se pueda detener por completo, como ha ocurrido de manera masiva durante la pandemia, en distintas fases y estadios, nos encontramos ante una realidad en la que numerosas organizaciones han emprendido su transformación, aunque otras muchas no lo han hecho. “Y esta segunda situación, primero, no es atractiva,

Si quiere visualizar este webinar, acceda desde aquí





y segundo, no casa con la necesidad imperiosa de ser más rápidos y en constante cambio. La pandemia nos ha empujado a todos a emprender la transformación digital tan necesaria”, apunta el directivo de Esprinet.

La pandemia ha acelerado la digitalización, que, como indica Elena Montañés, en primer lugar “supuso una gran demanda de dispositivos, pero, posteriormente, ha requerido el salto al mantenimiento de los mismos, a su securización, lo que fomentó la apuesta por una solución, no un mero dispositivo”. El concepto de dispositivo como servicio también permite aumentar y reducir a demanda el parque tecnológico y la infraestructura del cliente, y escalarlos en base a sus necesidades, lo cual redundará en un trato más estrecho entre partner y cliente, y nuevas posibilidades de negocio en el marco contractual, y no transaccional.

### EL ROL DEL MAYORISTA

¿Y qué papel juega el mayorista en el escenario del dispositivo como servicio? Como indica José María García, de Esprinet, “hemos de ahondar en esta oportunidad, entendiendo cómo ha evolucionado el mayorista al respecto en los últimos tiempos: los primeros experimentos tuvieron que

ver, en el mundo de la impresión, con el pago por copia; hemos observado varios modelos de renting tecnológico, y aunque diversas organizaciones ya han hablado recientemente de device as a service, el modelo puro de dispositivo como servicio es el que vamos a experimentar a partir de ahora. Esto se producirá de manera progresiva, porque se ha de evangelizar y democratizar este modelo, desarrollándolo de manera sencilla”.

Según el directivo se ha de pasar del modelo de compra-venta actual al de alquiler, tanto de hardware como de software, que Esprinet ya ha emprendido a través del programa EspriRent, lanzado hace unas semanas con foco en algunos resellers y fabricantes, para proporcionar todos los productos que rodean al puesto de trabajo, pero también su securización, su mantenimiento, etc. Es un alquiler puro “que en muchos casos no va a requerir siquiera una entidad financiera, porque esa pata la va a cubrir Esprinet”. “Somos el primer mayorista que ha hecho un device as a service de verdad”, apunta. ¿Ventajas? Al margen de las ya comentadas, este modelo entraña gastos por alquiler, es decir, se pueden deducir esos gastos por tecnología. Estos posibles contratos a tres años permiten escalar las inver-

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



siones, año a año, y afrontar una transformación digital que no podría realizarse en el formato habitual. Y también es muy relevante el fomento de la sostenibilidad, porque al pasar esos tres años los productos se podrán reutilizar para otras empresas, lo que intensifica la concienciación con el medio ambiente.

El objetivo inicial de Esprinet con este ambicioso proyecto no es la gran empresa, sino la pyme. “Lo haremos de manera meditada, en unos pocos meses llegará a España, ya que entraña riesgos, puesto que el mayorista es el que debe hacer la inversión, pero el cliente final tendrá también sus responsabilidades”, concluye el directivo. ■



### MÁS INFORMACIÓN



[El fenómeno del Device as a Service y las oportunidades para el canal TI](#)



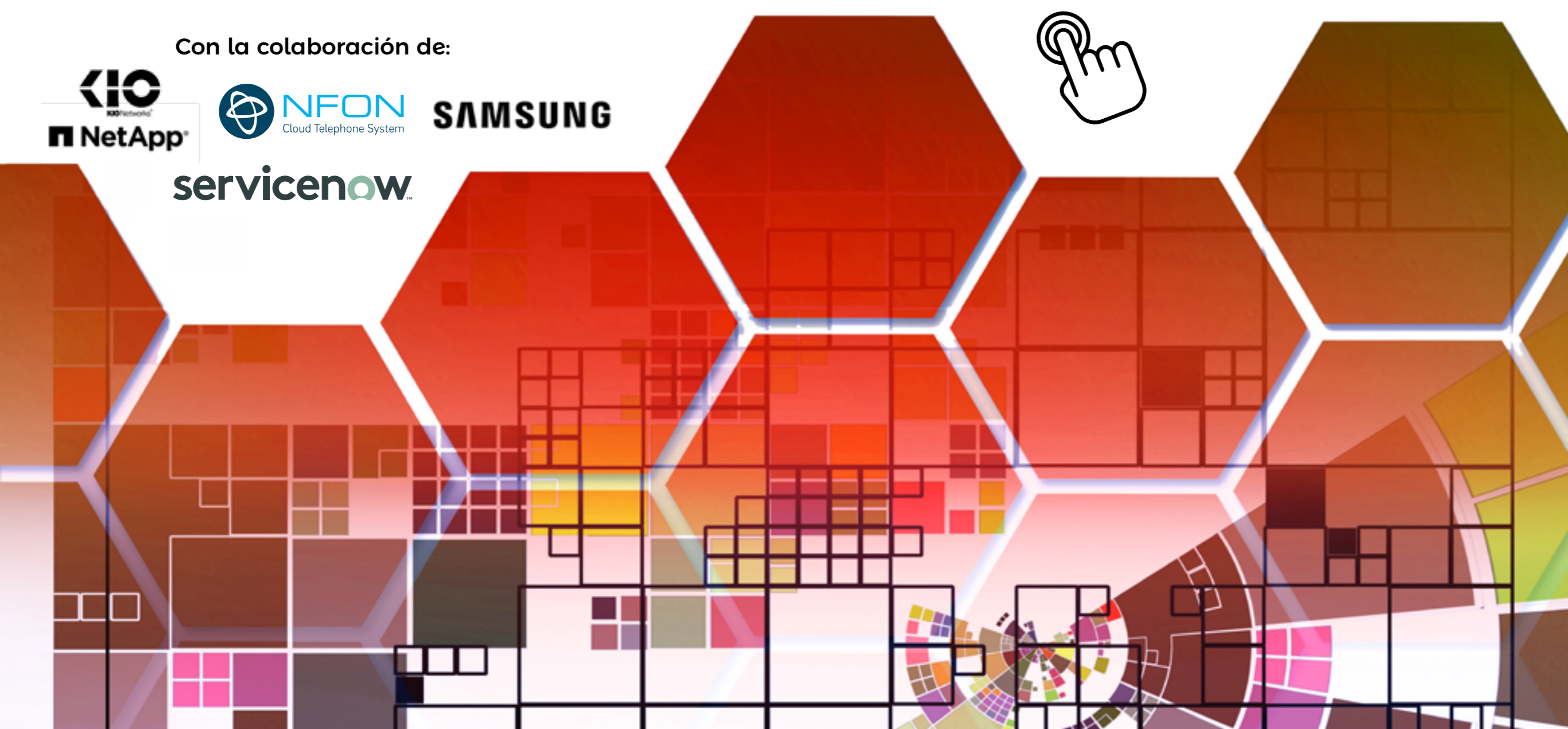
¿Cuál es la situación de la empresa española en relación con la digitalización?

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

Descubra las últimas tendencias en el **it** Centro de Recursos **User**

»»»»»»»»  **Tecnología**   
para tu **Empresa** 

Con la colaboración de:



**Apps, datos y espacio de trabajo:**  
siguiente ola de la transformación digital



# it TRENDS



## it Digital MEDIA GROUP

### Director General

Juan Ramón Melara

[juanramon.melara@itdmgroup.es](mailto:juanramon.melara@itdmgroup.es)

### Director de Contenidos

Miguel Ángel Gómez

[miguelangel.gomez@itdmgroup.es](mailto:miguelangel.gomez@itdmgroup.es)

### Directora IT Televisión y Lead Gen

Arancha Asenjo

[arancha.asenjo@itdmgroup.es](mailto:arancha.asenjo@itdmgroup.es)

### Directora División Web

Bárbara Madariaga

[barbara.madariaga@itdmgroup.es](mailto:barbara.madariaga@itdmgroup.es)

### Directora de IT Digital Security

Rosalía Arroyo

[rosalia.arroyo@itdmgroup.es](mailto:rosalia.arroyo@itdmgroup.es)

### Director de IT User e IT Reseller

Pablo García

[pablo.garcia@itdmgroup.es](mailto:pablo.garcia@itdmgroup.es)

### Director de Operaciones

Ángel Porras

[angel.porras@itdmgroup.es](mailto:angel.porras@itdmgroup.es)

### Redacción y colaboradores

Ricardo Gómez, Alberto Varet,  
Hilda Gómez, Arantxa Herranz,  
Reyes Alonso

Eva Herrero

### Diseño revistas digitales

### Producción audiovisual

Favorit Comunicación, Alberto Varet

### Fotografía

Ania Lewandowska

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

# EL IBEX-35, ejemplo de transformación digital



Un reciente estudio de Adigital y Opinno señala que el 95% de las empresas del IBEX 35 tiene ya una estrategia digital definida y está trabajando para ponerla en marcha. No sorprende que esto sea y deba ser así, ya que las grandes empresas han sido las primeras conscientes de los beneficios que la digitalización aporta a las organizaciones y a la economía de los países.

El informe señala muchos puntos de avance entre estas organizaciones: el 47% ha establecido objetivos digitales entre sus directivos para impulsar la transformación; el 79% están incorporando metodologías Agile; 3 de cada 4 empresas ya dispone de aplicaciones y datos integrados en la nube; y el mismo porcentaje ha digitalizado su logística, utilizando sistemas de control y rastreo de productos, soluciones de inteligencia artificial para la gestión de inventario y otros tipos de software para la optimización de procesos.

Con todo, también pone de manifiesto también algunas asignaturas pendientes tales como el desconocimiento de las habilidades digitales de los empleados (63%) o la necesidad de crear una estrategia de venta omnicanal.

El camino de la digitalización supone una constante evolución y para seguir avanzando hay que revisar continuamente tecnologías y procesos. Eso es lo que nos hemos propuesto este trimestre en IT Trends:

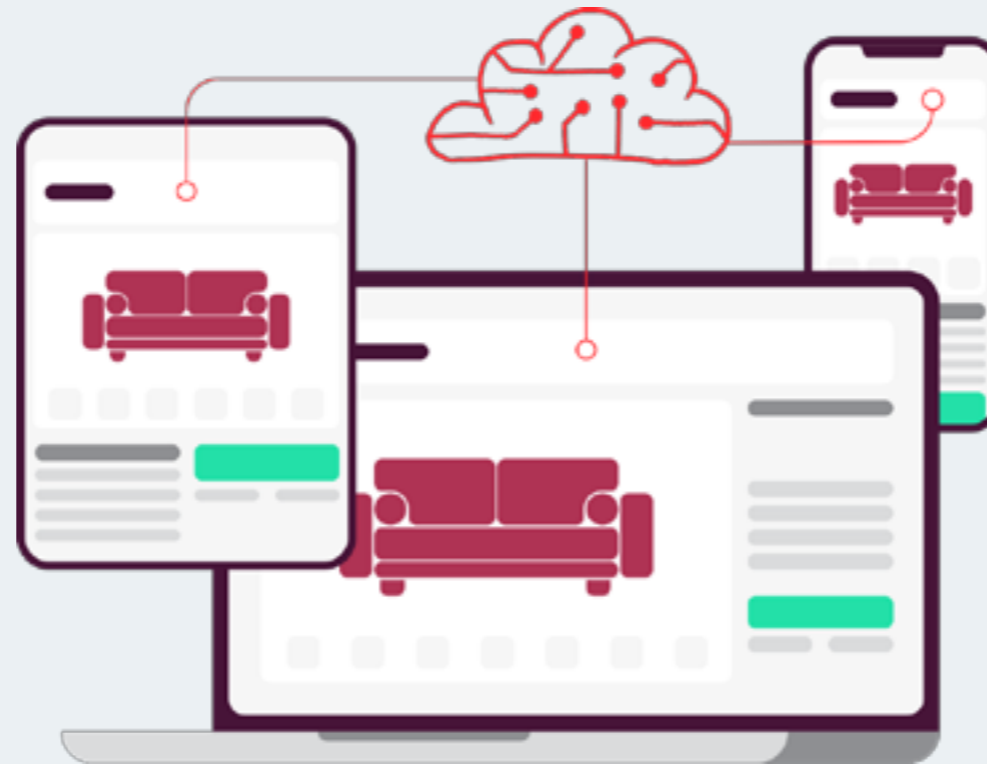
hacer una revisión de las últimas tendencias en tres áreas clave para continuar en la senda de la transformación digital: aplicaciones, puesto de trabajo y datos.

Para ello, puedes repasar los Encuentros IT Trends que hemos celebrado: [Aplicaciones, ¿cómo desarrollo, entrego y gestiono mi software?](#); [Mejorando la experiencia del trabajador remoto](#) y [Entendiendo la Era del dato: tecnologías y propuestas para gestionar la "datificación"](#). En estas sesiones hemos buscado la opinión del mundo académico, empresarial y tecnológico a la hora de analizar las últimas tendencias en estas áreas. Te invito a leer en las próximas páginas las conclusiones de estos tres encuentros y a ver (y profundizar tanto como quieras) el conocimiento que todos los expertos han compartido con nosotros tanto en las mesas redondas como en las píldoras informativas.

De cara a este periodo estival, no te pierdas la lectura de nuestro nuevo informe: [Tendencias tecnológicas de alto impacto para tu negocio](#), en el que hemos recogido las principales observaciones del mercado tecnológico y cómo impactará en las organizaciones.

Agradecemos a todos los patrocinadores y socios que este trimestre han apoyado nuestras actividades y a ti, lector, te deseamos un ¡feliz verano! ■

**Arancha Asenjo**  
Directora IT Trends



## **Las experiencias de compra más rápidas, personalizadas y seguras se encuentran en el edge**

Fastly ayuda a las empresas minoristas online más seguras —como Shopify, Ticketmaster y Etsy— a superar las expectativas de los clientes ofreciéndoles experiencias digitales seguras y de alto rendimiento a escala.

Descubre más en:

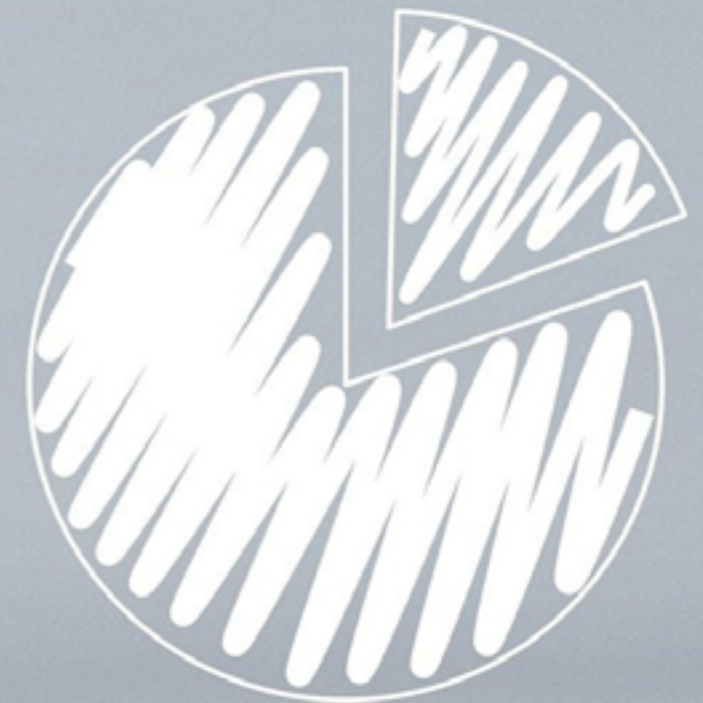
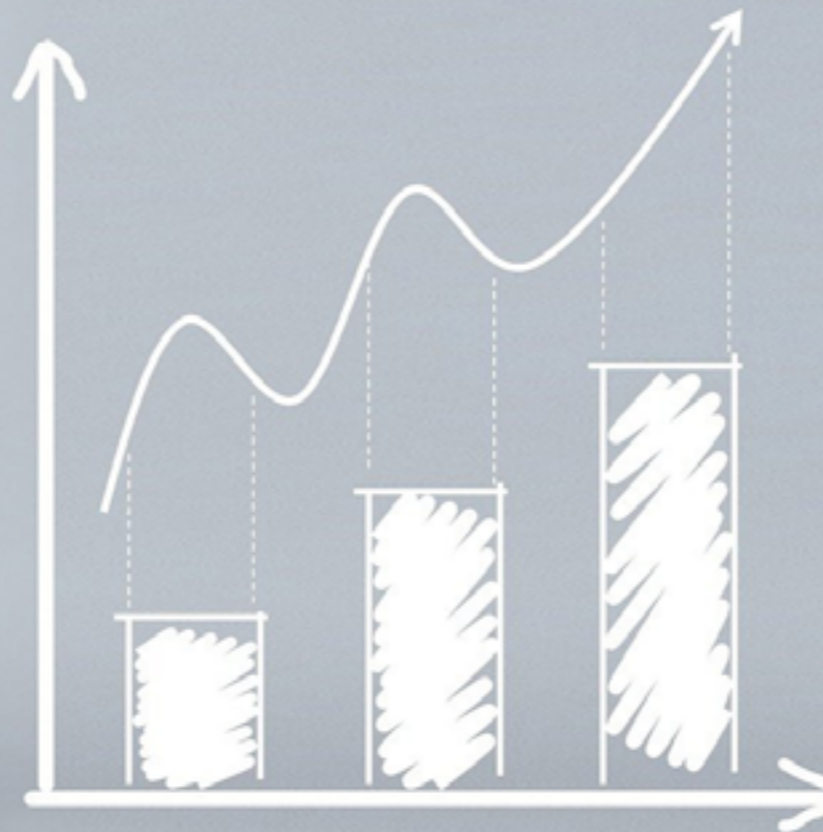
[fastly.com/es/solutions/retail/](https://fastly.com/es/solutions/retail/)





# Cuatro puntos clave en la transformación digital financiera

La digitalización viene acompañada de muchos cambios en las organizaciones, y algunos departamentos como el financiero están adaptándose con mucha lentitud a esta nueva realidad. Por ello, los expertos de Gartner han elaborado una lista con las cuatro iniciativas de digitalización más importantes que deberían llevar a cabo los directores financieros. Éstas abordan cuestiones clave para lograr el éxito en un futuro en el que las finanzas estarán ligadas más que nunca a la tecnología y a los datos, un campo de juego para el que no todos están preparados.



**A** medida que las organizaciones progresan en la transformación digital de sus negocios, la tecnología se infiltra cada vez más en todos los procesos, y un área clave que debería estar al día es la de las finanzas. Ante esta realidad, los directores financieros se encuentran con numerosas dificultades y con muchos caminos posibles a seguir, pero no todos llevan al éxito. Para arrojar algo de luz, los analistas de Gartner han elaborado una lista con las cuatro áreas que consideran más importantes para el desarrollo de planes de transformación digital de las finanzas empresariales. Su idea es recalcar aquellos puntos que los líderes de finanzas deberían abor-

dar de forma más directa para poder alcanzar los objetivos financieros.

En palabras de Peter Nagy, investigador vicepresidente de la práctica de Gartner Finance, “muchas actividades comerciales que eran competencia tradicional de los departamentos financieros, como la gobernanza de datos centralizada, se están democratizando en toda la empresa, o ya no son diferenciadores importantes en el valor que los equipos financieros pueden ofrecer a la empresa. Para cumplir con la visión de un departamento de finanzas más ágil y digital para 2025, los directores financieros deben duplicar las cosas que las finanzas pueden hacer mejor que nadie”.

### **LAS FINANZAS NECESITAN REPLANTEAR SUS PLANES DE DIGITALIZACIÓN**

Como explican en su informe, las iniciativas de transformación digital de los departamentos financieros han sido hasta ahora muy pobres y de muy poca profundidad, y solo un 39% de los directores financieros que los han llevado a cabo creen que han proporcionado beneficios tangibles al departamento, y mucho menos a la organización en su conjunto. Pero el terreno de juego está cambiando, y ahora la digitalización de las finanzas empresariales es uno de los pasos clave para todo el proceso de transformación digital de los negocios. Y, por ello, los directores financieros deben cambiar el chip y buscar nuevas formas de añadir valor a las operaciones, apoyándose en la tecnología.

Según Nagy, el cambio que se ha producido en los últimos años es notable y ahora “los datos, el análisis y las soluciones tecnológicas sofisticadas se han democratizado cada vez más en toda la organización, con muchas funciones y tomadores de decisiones mejor posicionados para analizar y actuar en base a sus propios datos”. En este contexto, no puede ser que los departamentos financieros sigan al margen del cambio, y es preciso no solo que sigan esta corriente, sino que los CFO sean capaces de liderar una transformación que sienta las bases de cómo se llevarán a cabo las operaciones financieras de la organización en el futuro.



Nagy señala que, “en un entorno de creciente complejidad organizacional, que hace más difícil para las organizaciones financieras adaptar el soporte, los planes de transformación deben organizarse en torno a las áreas donde más destacan los puntos fuertes de las finanzas”. En su opinión, estas son el mantenimiento de estándares de calidad, la experiencia en diseño de procesos de extremo a extremo y el apoyo a la toma de decisiones a nivel de cartera y balance”. Por ello, este informe destaca que los líderes de los departamentos financieros deberían centrarse en estas cuatro áreas clave a la hora de diseñar sus nuevos planes de transformación digital.

### ❖ **Garantizar la calidad de los datos**

[Los datos](#) que manejan las organizaciones se generan cada vez más rápido y en mayor cantidad y variedad y, para aprovecharlos, es vital separar el grano de la paja y hacerlo bien. En una era en la que los responsables de la toma de decisiones se basan en información de calidad los líderes financieros deben garantizar

que siguen proporcionando datos fiables y adecuados a las necesidades de cada departamento. Por ello, las finanzas deberían centrarse en guiar la gobernanza de los datos hacia un cambio de modelo, en el que no exista una “única fuente de verdad”, sino un enfoque basado en “versiones suficientes de la verdad”. Esto supone centrarse en la preparación para la toma de decisiones, en vez de en la precisión de los informes, ya que cada área del negocio puede tener una visión diferente, que requiera información tratada de una forma concreta. Por ello, proporcionar datos generales, por muy precisos que sean, no ayuda a la toma de decisiones, sino que la complica, y los depar-

tamentos financieros deberán alinearse más con las necesidades de cada área para ofrecer datos que les ayuden de verdad.

### ❖ **Visión del soporte a nivel de cartera**

Los departamentos financieros se han centrado durante mucho tiempo en adaptar su soporte a las decisiones específicas de la unidad de negocio. Pero la complejidad de la organización aumenta y este modelo no se adapta a una mayor escala, no proporciona el necesario apoyo a la toma de decisiones y presenta riesgos de duplicación y de dejar áreas oscuras en la financiación, que pueden causar problemas al negocio. Para romper con esta ineficacia los expertos de Gartner recomiendan a los directores finan-

**La tecnología se infiltra cada vez más en todos los procesos, y un área clave que debería estar al día es la de las finanzas**



cieros centrarse en proporcionar apoyo a nivel de cartera, con expertos especializados que se centren en áreas como la optimización de costos, el inventario y las mejoras de los productos y servicios. Y afirman que este enfoque mejora en 2,5 veces la solidez financiera de las decisiones operativas, algo que se debería tener en cuenta a la hora de establecer una estrategia de cara al futuro.

### ❖ **Experiencia en balances**

El uso cada vez mayor de tecnologías basadas en datos permite a las unidades de negocio llevar a cabo sus propios análisis de pérdidas y ganancias, sin necesidad de recurrir constantemente al departamento financiero para obtener información. La investigación de Gartner

revela que un 67% de los responsables de la toma de decisiones sí agradecerían que el departamento financiero les proporcionase un mayor apoyo en relación al balance, pero actualmente el 87% del soporte financiero está centrado todavía en el apoyo de pérdidas y ganancias. Por ello, los analistas recomiendan a los departamentos de finanzas que incorporen a más expertos capaces de proporcionar apoyo a la toma de decisiones en el balance de la tesorería y la contabilidad, y para ayudar en el cumplimiento de los objetivos de análisis y planificación financiera (FR&A). Y también que recurran a socios comerciales de finanzas integradas para las solicitudes de apoyo a las decisiones comerciales.

### ❖ **Experiencia en diseño de procesos de extremo a extremo**

Para los expertos de Gartner, las organizaciones cada vez dependen menos del departamento financiero para la síntesis y el análisis de datos del negocio. Pero consideran que todavía hay margen para que las finanzas proporcionen más valor a través de su experiencia en el diseño de procesos de extremo a extremo, algo que llevan haciendo mucho tiempo. Esto se lograría siendo cada vez más críticos a medida que se van interrumpiendo más procesos por la automatización digital, por lo que recomiendan aprovechar esta dilatada experiencia para acelerar nuevos procesos. Por ejemplo, la tendencia hacia la hiper-automatización que se está expandiendo en las empresas más innovadoras de la propia industria financiera.

Este es un cambio muy radical, que implica a muchas áreas del negocio, y que debe planificarse de extremo a extremo. Por ahora, la mayoría de los equipos financieros solo está

**Los directores financieros se encuentran con numerosas dificultades y con muchos caminos posibles a seguir, pero no todos llevan al éxito**



en el escalón de la automatización tradicional, que se basa en ir eliminando trabajo manual con aplicaciones como RPA. Pero en los próximos años esto va a escalar, afectando a cadenas de proceso más largas en muchas empresas, y aquí los departamentos financieros pueden proporcionar mucho apoyo gracias a su experiencia en evaluar procesos que afectan a múltiples niveles dentro de la organización.

### MUCHO CAMINO POR DELANTE

Esta investigación de Gartner revela que el 93% de los líderes de departamentos financieros comparten una visión muy similar de cómo será su futuro. Su enfoque se basa en priorizar lo digital para proporcionar datos bajo demanda, con una estructura financiera a gran escala y una mayor diversidad de habilidades entre los miembros de sus equipos. Pero también muestra que las iniciativas de los directores financieros no están alcanzando sus objetivos.

Por ahora, solo un 15% de los líderes encuestados está contento con el progreso de sus iniciativas de automatización, solo un 23% con las capacidades de análisis comercial en tiempo real y un 12% con el progreso de tecnologías digitales, en general. Esto pone de relieve que los planes de transformación digital de los departamentos financieros están mal enfocados, no cuentan con el apoyo

necesario y probablemente no logren sus objetivos al mismo ritmo que la digitalización de otras áreas del negocio.

Esto es un problema grave, que los expertos recomiendan atajar lo antes posible, algo que se puede lograr si se centran las estrategias en estas cuatro áreas clave. Pero también hay otros problemas que se deben resolver, como la escasez de habilidades digitales entre los empleados, que dificulta el trabajo con las nuevas tecnologías. O la falta de una cultura de transformación e innovación constante en los departamentos de finanzas, que genera resistencia y desconfianza por parte de los trabajadores y de los propios líderes, minando cualquier intento de cambiar a mejor.

Estos y otros problemas deben estar muy presentes en la agenda de los directores financieros para los próximos años. Teniendo en cuenta la aceleración que se está produciendo en la transformación digital y en la automatización de procesos dentro de las organizaciones, los departamentos de finanzas podrían quedar rezagados en una modernización que se está volviendo imparable. En esta nueva era los datos financieros y su análisis serán fundamentales, pero no de la forma tradicional, y se deberán reforzar las capacidades en tiempo real y la integración con otros departamentos de nuevas maneras que sean más ventajosas para el negocio. ■

### MÁS INFORMACIÓN

-  [Áreas clave en los procesos de transformación digital de los departamentos financieros](#)
-  [Futuro digital de las finanzas](#)
-  [Los CFO necesitan acelerar la adopción de la IA](#)
-  [Los departamentos financieros se vuelvan con la digitalización](#)
-  [Los CFO aceleran la transformación digital](#)
-  [Entendiendo la era del dato](#)
-  [La tecnología RPA genera nuevos retos para los CFO](#)

Si te ha gustado este artículo,  
compártelo



## GENERADOR LOW CODE DE APPS MÓVILES

Utiliza tecnologías emergentes  
y desarrolla las mejores aplicaciones  
con Kalipso Studio.



- Aplicaciones Nativas

- Multi OS Deploy

- Conexión Base de Datos Online/Offline



- Código de Barras

- NFC, RFID

- Impresión

# La digitalización industrial se apoya en el software de ingeniería moderno

En la próxima década se va a producir un avance significativo de la digitalización en el sector industrial, lo que va a beneficiar al mercado mundial de software de ingeniería. Según los expertos, en este tiempo se expandirá el uso de software especializado para el diseño, la simulación y la fabricación inteligente, incrementando el valor de este mercado en un 13% hasta el año 2030.

La transformación digital del sector industrial va a acelerarse en la próxima década, cuando se esperan grandes avances en la automatización de las fábricas, a medida que las empresas adopten tecnologías para la fabricación inteligente, siguiendo los preceptos de la industria 4.0. Esto transformará profundamente la industria, y tendrá un impacto positivo en muchos mercados tecnológicos asociados a la actividad industrial, como el de software de ingeniería. En esta categoría se encuentran varias categorías de aplicaciones que apoyan la fabricación, como CAD (Diseño Asistido por Ordenador), CAM (Fabricación Asistida por Ordenador) y CAE (Ingeniería Asistida por Ordenador).

El software de estas categorías se está convirtiendo en un apoyo fundamental para los diseñadores de producto y fabricantes, pro-



porcionando herramientas que ayudan a las empresas de construcción y de fabricación a reducir los costos relacionados con el desarrollo y la fabricación. Según una investigación publicada por [Transparency Market Research](#), la automatización dentro del proceso de desarrollo de producto está impulsando la demanda de software de ingeniería avanzado, un mercado que crecerá con solidez en los próximos años. Este estudio pronostica que los ingresos crecerán a una tasa interanual compuesta (CAGR) del 13% hasta el año 2030.

Como explican los expertos, este tipo de software permite a los usuarios visualizar, diseñar y controlar un objeto, entorno o cualquier elemento gráfico dentro de un entorno virtual, así como ejecutar simulaciones complejas y cada vez más realistas, en unos casos para mejorar el diseño de productos, y en otros para diseñar posibles modificaciones en los procesos de las fábricas. Esto permite acelerar y optimizar el desarrollo de productos, reduciendo los costes y complementando las estrategias de automatización en otras áreas. Especialmente en las industrias manufacturera y de construcción, que son los dos principales clientes del mercado de software de ingeniería.

Así, la próxima década será clave para el mercado de software CAD, CAM y CAE, gracias al avance de la automatización en estas industrias y a nuevos enfoques como el de software de ingeniería basado en la nube. Cada vez hay




más ofertas de este tipo, que están ganando peso en el mercado gracias a que permiten ahorrar tiempos de implementación, espacio en el disco duro del cliente y permiten el trabajo remoto y colaborativo, incrementando la flexibilidad y reduciendo los costos operativos. Por ello, los expertos esperan que el segmento de soluciones en la nube continuará creciendo rápidamente en los próximos 10 años.

Para los investigadores, Norteamérica será uno de los principales mercados de software de ingeniería, especialmente por la importante presencia de este tipo de soluciones en el sector de la construcción, Y se espera que la tasa de adopción de este tipo de soluciones siga aumentando en la próxima década, gracias a que en este tiempo se van a llevar a cabo grandes proyectos de infraestructura, tanto en Estados Unidos como en otros importantes mercados mundiales. Por ejemplo, en Europa, otros de los grandes mercados de este tipo de software, pero en este caso también hay una gran vinculación con el sector industrial, por ejemplo, en la fabricación de automóviles.

Por otro lado, los expertos del [International Research Journal of Engineering and Technology](#) creen que en este tiempo es muy probable que el 22% de los trabajadores altamente cualificados del sector de la fabricación (unos 2,7 millones) se jubilen. A pesar del avance de la automatización, esto obligaría a las fábricas

a contratar a otros 700.000 trabajadores, pero se estima que en los próximos 10 años la escasez de mano de obra en las fábricas podría superar los 8 millones de personas, lo que resultará en una pérdida de ingresos estimada en 607.000 millones de dólares. Esto supone una importante crisis de talento que las industrias esperan superar empleando nuevas tecnologías y un menor porcentaje de trabajadores humanos, pero que deberán ser formados para trabajar en entornos con mayores requisitos técnicos en materia digital. ■

### MÁS INFORMACIÓN

-  [Los fabricantes aumentan el gasto en software PLM](#)
-  [Más empresas se alían para refundar las bases del desarrollo de software](#)
-  [El mercado de tecnologías de desarrollo low code crecerá un 23% en 2021](#)

Si te ha gustado este artículo,  
compártelo





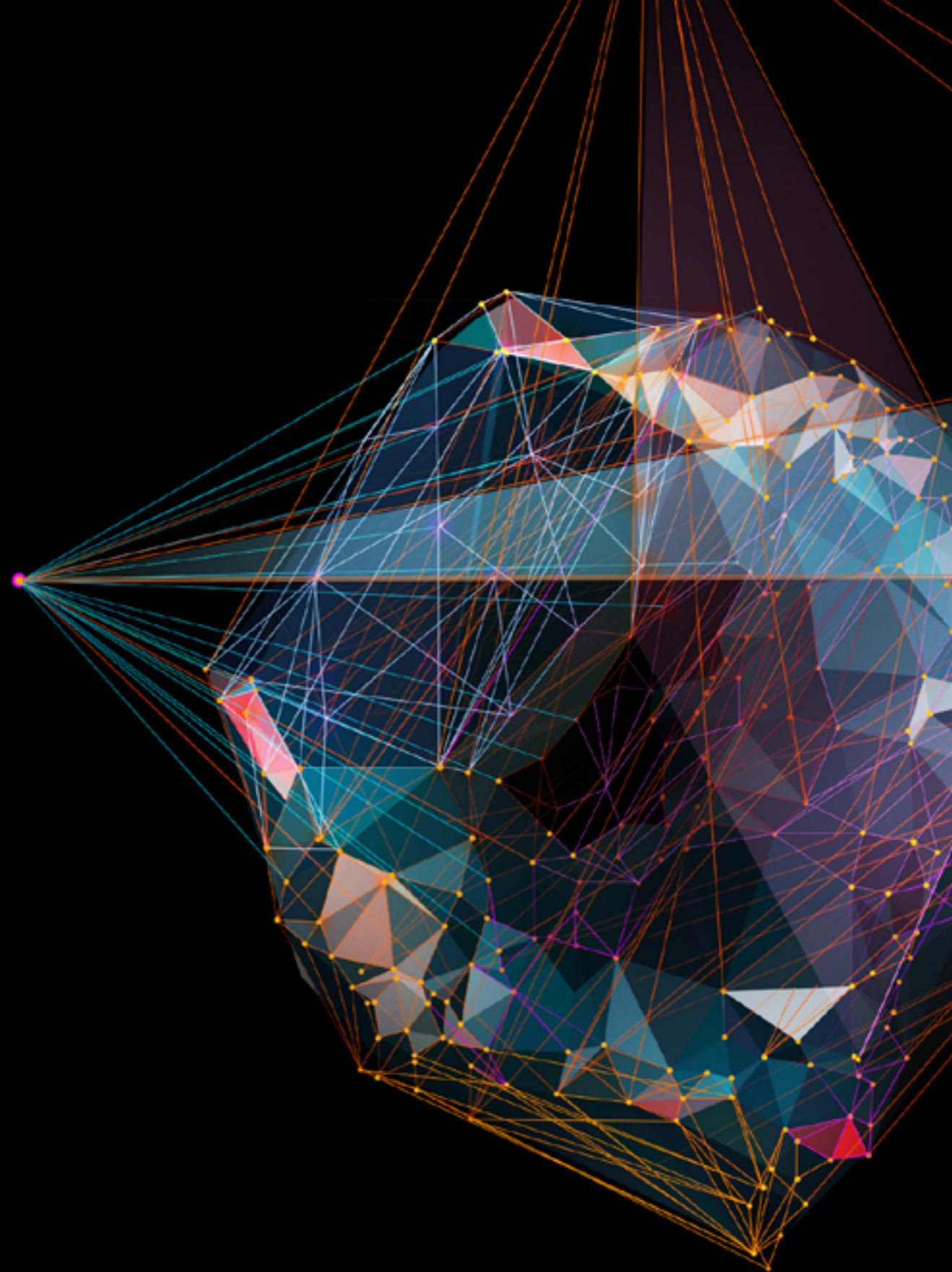
# Insight Empowered

Know your data, empower  
your people, drive your future.

---

Protect, manage, archive, and  
gain strategic insight from your  
data, while driving employee  
empowerment and efficiency to  
support rapid digital change.

Learn more › 



#ENCUENTROSITTRENDS

# Aplicaciones, ¿cómo desarrollo, entrego y gestiono mi software?

**A**plicaciones móviles, tiendas online, redes sociales, aplicaciones para gestionar los clientes, colaborar y ser productivos... se han convertido en herramientas imprescindibles para comprar, vender, ofrecer nuevos productos, conocer al cliente, gestionar la empresa, mejorar el rendimiento... En definitiva, innovar para hacer crecer al negocio.

Para ello, estas aplicaciones necesitan recopilar información de los usuarios (y responderles según su comportamiento), de la empresa, de las cosas que se conectan a Internet... Deben manejar datos de diversa naturaleza, que se alojan en diferentes ubicaciones y plataformas; y saber quién tiene derecho de acceso. Así mismo, las aplicaciones están cada vez más automatizadas, exigen un desa-



rollo continuo, ser seguras, estar monitorizadas y ofrecer un óptimo rendimiento, adaptarse a cualquier tipo de plataforma, y gestionarse correctamente dentro de la pila de software con la que se trabaja en la empresa.

Para conocer de primera mano las principales tendencias en el mundo del desarrollo de aplicaciones, celebramos, dentro del ciclo de Encuentros IT Trends, una sesión online en la que se abordaron estas cuestiones tanto desde el punto de

vista académico como empresarial. Para la ocasión reunimos a Susana Ladra González, vicepresidenta del CPEIG (Colegio Profesional de Enxeñaría Informática de Galicia) y directora del Campus Innova de la Universidad de A Coruña; José Jesús García Rueda, profesor en el Grado en Ingeniería del Software en el Centro Universitario U-tad; Miguel Ángel García Cumbreiras, subdirector de la Escuela Politécnica de la UJA y coordinador de los títulos de ingeniería informática y director del Máster de Cyberseguridad de la misma Universidad; Raúl de La Fuente Lopes, solutions engineer de Couchbase; Luis Colino, director preventa de Micro Focus; y Arsénio Gil, CEO de SysDev.

Puedes ver la sesión clicando en la imagen y leer sus principales conclusiones en las siguientes páginas.

#ENCUENTROSITRENDS

# Desarrollo de aplicaciones: el software sigue de moda

Las aplicaciones son una pieza imprescindible para manejar equipos, redes y negocios. La cara más visible hoy en día del software son esas aplicaciones que usamos a diario para manejar todo lo que nos rodea, nuestro trabajo, nuestras compras, las redes sociales, las finanzas de una empresa, las relaciones con los clientes...

Estas aplicaciones tienen que responder de una manera rápida, ser seguras, tienen que integrarse con el resto de las aplicaciones de la empresa que, en algunos casos, son antiguas, y tienen que desarrollarse de una forma ágil. El desarrollo de software es un campo cambiante, con nuevos lenguajes de programación, nuevas arquitecturas,



itTRENDS #EncuentrosITTrends

(De arriba hacia abajo) Susana Ladra González (Colegio Profesional de Enxeñaría Informática de Galicia), José Jesús García Rueda, (Centro Universitario U-tad) y Miguel Ángel García Cumbreiras (Escuela Politécnica de la UJA). Clica en la imagen para ver el vídeo.



**“DevOps ha sido adaptado de forma importante en las empresas, y algunos informes estiman en un 40% el aumento de este tipo de profesionales”**

**SUSANA LADRA GONZÁLEZ,  
COLEGIO PROFESIONAL DE  
ENXEÑARÍA INFORMÁTICA DE  
GALICIA**

nuevas metodologías... Descubrir qué tendencias se están imponiendo en este mundo de las aplicaciones y cómo las aprecian quienes están enseñando estos lenguajes y metodologías de desarrollo fue el objetivo de la primera mesa redonda de este Encuentro IT Trends titulado [Aplicaciones, ¿cómo desarrollo, entrego y gestiono mi software?](#), en la que participaron Susana Ladra González, vicepresidenta del CPEIG (Colegio Profesional de Enxeñaría Informática de Galicia) y directora del Campus Innova de la Universidad de A Coruña; José Jesús García Rueda, profesor

en el Grado en Ingeniería del Software en el Centro Universitario U-tad; y Miguel Ángel García Cumbreiras, subdirector de la Escuela Politécnica de la UJA y coordinador de los títulos de ingeniería informática y director del Máster de Cyberseguridad de la misma Universidad.

Es evidente que vivimos en el mundo de las apps, y lo primero que quisimos saber es cómo ha evolucionado este segmento en los últimos años. En palabras de Susana Ladra González, “las apps han evolucionado de la mano del cambio de nuestra propia sociedad.

Los dispositivos móviles están en alza y son los preferidos por los usuarios para tener todo al alcance de la mano. Han relegado claramente a los ordenadores de sobremesa, y destaca el crecimiento de aplicaciones para las empresas, pero también otras de propósito específico, como son las de salud, entretenimiento, compras... El año 2020 ha acelerado la Transformación Digital y ha marcado el mercado de las aplicaciones. Vemos una adopción generalizada por los servicios cloud e incorporación de la IA en muchas de estas aplicaciones, así como un incremento de apps de soporte de dispositivos interconectados, ya sea IoT o en el



hogar. Otras aplicaciones que vienen creciendo son las de RV o RA”.

La experiencia de usuario se ha convertido en un asunto de primer orden con estas aplicaciones. Para José Jesús García Rueda, “es un reto y una oportunidad, porque hasta hace poco tiempo la usabilidad parecía algo secundario, pero simplemente hablar de experiencia de usuario ha colocado el foco sobre ello y es una oportunidad de seguir creciendo en este sentido. Igual que hemos acuñado el término, hemos creado al profesional, y de nuestras aulas salen especia-

listas capaces de diseñar la interacción con este tipo de aplicaciones, que conocen las técnicas, metodologías y conceptos que tienen que aplicar para mejorar esta experiencia, haciéndola no solo más amigable, sino también más sencilla, accesible y con experiencias adaptadas al tipo de app con la que tratemos en cada momento. Probablemente, incluir en nuestro equipo un profesional para el diseño de la interacción es la mejor forma de afrontar este reto”.

Un elemento esencial en el desarrollo es el lenguaje de programación. Hablando de los más

**“Simplemente hablar de experiencia de usuario ha colocado el foco sobre ello y es una oportunidad de seguir creciendo en este sentido”**

**JOSÉ JESÚS GARCÍA RUEDA,  
CENTRO UNIVERSITARIO U-TAD**

utilizados a día de hoy, Miguel Ángel García Cumbrebras señaló que “estamos en una revolución tecnológica continua. Esto, a nivel académico, en cuanto a lenguajes de programación, es difícilmente abordable, porque los planes de estudio no están preparados para soportar estas diversas olas de desarrollo que están llegando. Estudiamos algunos lenguajes de programación, pero lo importante, a nivel académico, es preparar a los alumnos para que puedan abordar cualquier tipo de lenguaje. Les damos los fundamentos para que puedan afrontar cualquier reto que se plantee en la empresa. Pero centrándonos en los lenguajes, para apps móviles se siguen usando mucho los lenguajes propios de los grandes fabricantes, mientras que en desarrollo web se siguen separando los lenguajes del front-end

y del back-end, pero son lenguajes muy declarativos, con una curva de aprendizaje bastante simple y buen rendimiento. Sin duda, tenemos un gran reto por delante para adaptarnos a las necesidades del mercado”.

### AGILIDAD DE DESARROLLO Y DESPLIEGUE

Si una cosa es demandada en este momento a nivel de desarrollo es la agilidad, y de ahí han surgido plataformas no-code o low-code. Según apuntó Susana Ladra González, “tradicionalmente eran necesarios grandes equipos de profesionales de desarrollo, algo con alto coste, y el objetivo era reducir estos costes optimizando y automatizando parte del código gracias al modelado. Las aproximaciones low-code son un reflejo de esa tendencia. Busca reducir la cantidad de código a escribir. La mayor parte del código se generaría de forma automática gracias a los modelos y solo hay que completar algunas partes que son más específicas o complejas. La idea es que los profesionales puedan centrarse en las partes de mayor complejidad o en las especificidades de los clientes, evitando las más rutinarias. Tienen un potencial increíble para revolucionar el mercado del software, porque podrían evitar mucho trabajo manual, creando aplicaciones con menores inversiones de dinero, tiempo y riesgos para los clientes”. Otra cosa es el desarrollo no-code, apunta Ladra, “que permiten el desarrollo de apps simples en base a plantillas



**“Estamos sacando al mundo laboral muy buenos ingenieros, pero el tiempo académico es finito, y hay que seguir formándose porque la seguridad y el desarrollo tienen un potencial muy importante y el papel de los profesionales va a ser fundamental”**

**MIGUEL ÁNGEL GARCÍA CUMBRERAS, ESCUELA POLITÉCNICA DE LA UJA**

predefinidas, pero que generan aplicaciones con mucha menor flexibilidad”.

Si ponemos el foco en el desarrollo de aplicaciones para empresas, y hablamos de nuevas tendencias y plataformas, José Jesús García Rueda comentó que “si hablábamos de la multitud de lenguajes, estas plataformas recogen el testigo y lo amplifican. Depende mucho del lenguaje elegido y del tipo de producto a desarrollar. Hablamos de decenas de frameworks diferentes que podemos utilizar. Cada vez van a ser más importantes las plataformas que permiten a las empresas desarrollar más allá de sus equipos específicos de programación, pero todavía queda terreno por avanzar en este sentido. A la hora de elegir entre la gran cantidad de plataformas hay que tener en cuenta también las necesidades del cliente y el conocimiento del equipo de desarrollo, porque uno de los riesgos es incluir en el proyecto tecnologías novedosas que nuestro equipo de desarrollo no haya probado nunca. Por la propia evolución, es algo que nos vemos obligados a hacer, pero no deja de ser un riesgo. Un equipo trabajando con herramientas que no conoce, va a aumentar de forma impredecible los tiempos de desarrollo y va a aumentar el número de errores en el código”.

Otro elemento fundamental es la nube. Cuando hablamos del desarrollo y entrega de software, explicó Miguel Ángel García Cumbreiras, “la nube se ha abierto ahora a todos los públi-

cos. Se ha generalizado con unos servicios muy adaptados al uso, lo que permite dimensionar la estructura de cualquier proyecto sin una inversión importante. A eso se une el desarrollo ágil, con entregas parciales y constantes al cliente. La nube es fundamental para esto. Junto con esto, la normativa en cuanto al uso de la nube también ha acompañado, proporcionando seguridad en el despliegue y funcionamiento”.

### DEVOPS Y DEVSECOPS

DevOps y DevSecOps son otras dos tendencias claras de los últimos años. Para Susana Ladra, “hemos detectado demanda de expertos en estos enfoques. Las metodologías ágiles se han adoptado de forma masiva en el sector, y los equipos de trabajo necesitan una buena comunicación entre ellos en todas las fases. DevOps ha sido adoptado de forma importante en las empresas, y algunos informes estiman en un 40% el aumento de este tipo de profesionales. En el caso de DevSecOps, también es necesario, porque la seguridad es una prioridad, e integrar la seguridad desde el inicio es un enfoque diferente y cada día aumenta la demanda de estos profesionales, tanto en la parte más técnica como en la parte más cultural, porque estas metodologías requieren un cambio en la empresa”.

En este sentido, cabe preguntar por el rol de las tecnologías de pentesting para poner a prueba las aplicaciones. En opinión de José Jesús García,

“necesitamos fomentar el cambio de mentalidad y contar con la seguridad desde el primer minuto. Las tecnologías de pentesting nos permiten probar la seguridad una vez que el proyecto está armado, para asegurarnos de que todo está perfectamente protegido. Pero esto no sustituye, sino que complementa, la apuesta por la seguridad desde el inicio, pensando, incluso, en cómo se va a integrar en un sistema más grande”.

Como conclusión sobre el futuro de los desarrolladores, Miguel Ángel García apuntó que desde el terreno académico “estamos sacando al mundo laboral muy buenos ingenieros, muy preparados, pero el tiempo académico es finito, y hay que seguir formándose porque la seguridad y el desarrollo tienen un potencial muy importante y el papel de los profesionales va a ser fundamental. La titulación más especializada de un ingeniero en seguridad de las aplicaciones va a tener su espacio propio, y las empresas deben entender que no todo el software lo pueden desarrollar los mismos perfiles, y el nivel de seguridad dependerá del nivel de capacitación de los equipos de trabajo”. ■

Si te ha gustado este artículo,  
compártelo



#ENCUENTROSITTRENDS

# Mejores prácticas para el desarrollo y gestión de aplicaciones

Toda la tecnología está cambiando rápidamente, pero si hay un área que lo está haciendo todavía más es el mundo del software, las aplicaciones, tanto a nivel de desarrollo como de entrega de las mismas, con cambios significativos que están teniendo un gran impacto en las empresas y los negocios. Conocer las mejores prácticas y todos aquellos aspectos a tener en cuenta cuando se desarrollan aplicaciones y software, así como a la hora de ponerlos en producción y administrarlos, fue el objetivo de la segunda mesa redonda de este Encuentro IT Trends titulado Aplicaciones, ¿cómo desarrollo, entrego y gestiono mi software?, en la que contamos con la participación de Raúl de La Fuente Lopes, solutions engineer de Couchbase; Luis Colino, director preventa de Micro Focus; y Arsénio Gil, CEO de SysDev.

Tal y como explicaba Luis Colino, “desde hace dos o tres años estamos viendo



**De arriba hacia abajo) Raúl de La Fuente Lopes (Couchbase), Luis Colino (Micro Focus), y Arsenio Gil (SysDev). Clica en la imagen para ver el vídeo.**



### “Hay que mantener la apuesta por estándares abiertos para no caer en errores del pasado”

**RAÚL DE LA FUENTE LOPES,  
COUCHBASE**

la evolución de todo lo que tiene que ver con el desarrollo de aplicaciones hacia el mundo Agile, y en este último período, provocado por la pandemia, ha habido cierta deslocalización de los equipos de desarrollo que ha impactado en este mundo Agile, que, normalmente, se apoya en equipos pequeños y concentrados con un gran nivel de colaboración. Todo esto ha tenido que pasar a un plano totalmente virtual, adoptando diferentes marcos de trabajo y escalando a toda la empresa, a la vez que se permite la convivencia con los aplicativos que no pueden moverse a este mundo ágil. El software legacy de las empresas es una realidad, y hay que hacer convivir ambos mundos”.

Para Raúl de la Fuente, “la creación de equipos multidisciplinarios es una tendencia en los entornos Agile. La pandemia lo ha cambiado todo, incluso cómo nos relacionamos con el mundo, por lo que es posible que alguna de



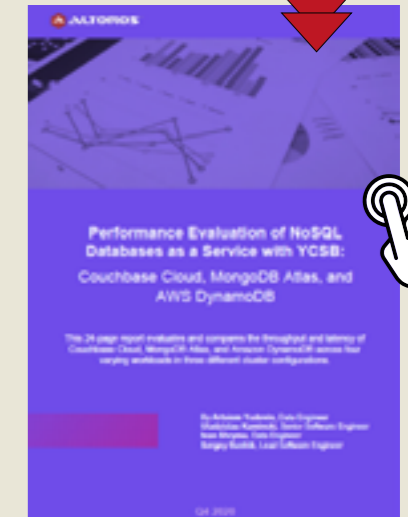
las aplicaciones, que fueron creadas para un propósito, no se puedan adaptar a la forma de interrelacionarnos que tenemos actualmente. Por eso, muchos de los planes de modernización de las organizaciones se han acelerado, y vemos ejemplos como el mundo contactless o la economía hogareña”.

En palabras de Arsénio Gil, “existe en este momento una necesidad brutal de las compañías para sobrevivir en este mercado. Ya no tenemos visibilidad de pedidos de clientes a dos o tres años, sino que tienes pedidos para meses o semanas. Los márgenes son más bajos, y tienes que reinventar cada día, y para eso necesitas información en tiempo real y fidedigna. La única solución es digitalizar tus procesos. Por eso, las aplicaciones son cada vez más fundamentales, el software es vital. Esta información



### ¿QUÉ BASE DE DATOS OFRECE MAYOR RENDIMIENTO EN ENTORNOS CLOUD?

Para este informe, Altorros utilizó el benchmark YCSB para comparar el rendimiento de tres productos populares de DBaaS NoSQL: Couchbase Cloud, MongoDB Atlas y Amazon DynamoDB. El informe mide su rendimiento relativo en términos de latencia y rendimiento para tres configuraciones de clúster diferentes y bajo cuatro cargas de trabajo distintas. A la vista de este documento, Couchbase Cloud tuvo un mejor rendimiento en todas las cargas de trabajo evaluadas, soporta operaciones de agregación, filtrado y JOIN en grandes conjuntos de datos sin modelar los datos para cada consulta, y garantiza la escalabilidad necesaria a medida que los clústeres y los conjuntos de datos aumentan de tamaño.



correcta es lo que te va a ayudar a decidir, y las decisiones estarán muy marcadas por la calidad de esta información. Además, las fuentes de información son muy diferentes, y si ésta no está integrada para consultarla de forma

**“Más allá de la adaptación de nuevos desarrollos, la mayoría de las organizaciones no han nacido en un entorno digital y no pueden comenzar el desarrollo desde cero en metodologías ágiles”**

**LUIS COLINO, MICRO FOCUS**

fácil, será más complicado competir con quién sí cuenta con ello. Por tanto, es algo en lo que las empresas deben invertir”.

### **PAUTAS PARA DESARROLLAR UN BUEN SOFTWARE**

Ante este panorama, apuntaba Luis Colino, “cuando entramos en un proceso de digitalización de las aplicaciones, la automatización de los procesos es clave, y todas las fases del desarrollo, el testeo, el despliegue... tiene que vivir en un mundo muy acelerado. Más allá de la adaptación de nuevos desarrollos, la mayoría de las organizaciones no han nacido en un entorno digital y no pueden comenzar el desarrollo desde cero en metodologías ágiles. Precisamente, donde mayor necesidad estamos



detectando es en digitalizar lo que ya existía, en transformar a la nueva era lo que tenían estas organizaciones. Ahí detectamos problemas a la hora de recopilar y visualizar toda la información, sobre todo en proyectos mixtos donde no todo es Agile. Hay que dar una prioridad máxima a los objetivos del negocio, cada euro de gasto tiene que estar relacionado con un objetivo de negocio claro. En resumen, aceleración máxima ayudando a las organizaciones a transformarse desde su tecnología anterior”.

Algunos expertos indican que no se trata de adoptar tecnología por adoptarla, y, en este sentido, señalaba Raúl de la Fuente que “hay que tener cuidado con las palabras de moda, porque simplemente por el hecho de mover datos o aplicaciones de sistemas legacy a la

**it** whitepapers **ELEVAR LA CALIDAD CON SOFTWARE AGILE**

En este documento se muestran las claves para alcanzar el mayor nivel de calidad en el software Agile, poniendo el foco en aspectos como la creación de alineamientos cross-funcionales, permitiendo la existencia de equipos de alto rendimiento, implementando una intensiva estrategia de testeo, incrementando el análisis de la automatización del ROI, permitiendo la calidad Agile con ALM Octane, repasando los beneficios que ofrece, y, todo ello, mostrando cómo arrancar el proyecto.

nube ya siento que me estoy modernizando, pero los problemas que tenía los sigo teniendo. Hay que ver cómo reducir complejidades, aumentar rentabilidades. Hay que buscar la simplicidad operacional, contando con software más rápido que implique menos soporte y me permita centrarme en mi negocio”.

Pero la pregunta es si todo esto ayuda a reducir el impacto de la falta de recursos. Para

**“La única solución de las empresas para adaptarse al mercado es digitalizar tus procesos, y por eso las aplicaciones son cada vez más fundamentales”**

**ARSÉNIO GIL, SYSDEV**

Arsénio Gil, “éste es un problema que viene desde hace tiempo y que se está agudizando. Las metodologías de low-code pueden ayudar a reducir este problema, porque aceleran los ciclos de desarrollo reduciendo los errores, pero, además, puedes reciclar recursos humanos de otras áreas para ayudar en estas tareas. Asimismo, puede ayudar a resolver también el problema de la retención de talento, sobre todo en las economías más pequeñas. Estas plataformas permiten tener más recursos disponibles y ayudar mucho a desarrollar soluciones para los clientes”.

### **CONVIVENCIA DE APLICACIONES ÁGILES Y SOFTWARE HEREDADO**

Evidentemente, es una realidad en las empresas la convivencia del software Agile con el sof-



ware legacy. Para Luis Colino, “si lo que tienes es válido para tu objetivo, es mejor no cambiarlo. En la complejidad del mundo híbrido no hay blancos y negros, hay muchos grises. Podemos cubrir necesidades específicas para mejorar la calidad de los datos o el resultado sin necesidad de reemplazarlo todo porque es más moderno. Primero, analiza la función de una solución y nosotros te ayudamos a mejorarlo. Esto ayuda mucho en la transformación digital. Otra cosa es si necesitamos mejorar el proceso o el software, no se trata de cambiarlo porque sí, sino de mejorarlo en función de lo que necesitamos”.

Para Raúl de la Fuente, “quizá hay que decidir qué va a pasar con estas aplicaciones. Hemos de tener clara la evolución de estas aplicacio-

**¿QUÉ ES KALIPSO STUDIO?**

**KALIPSO STUDIO**  
Desarrolla soluciones completas de una manera muy sencilla.

**SYSDEV KALIPSO**

Kalipso Studio es un generador de aplicaciones móviles que permite el desarrollo sin necesidad de programación compleja. Con una interfaz sencilla, permite a sus usuarios desarrollar proyectos móviles para Windows Android e iOS. Entre las principales características de esta herramienta destacan la capacidad para el desarrollo de aplicaciones nativas en un entorno multi OS y multi lenguaje con conexión de Base de Datos Online/Offline, control de lector de código de barras para las principales marcas de hardware y sistemas RFID/NFC.

nes y la gestión del dato antes de tomar una decisión sobre ello”. Pero sí es necesario integrarse con otras piezas de las TI de la empresa. “Es imprescindible que la tecnología interactúe bien con el resto de elementos de las TI. La

forma de convivir también es importante. Por ejemplo, si hablamos de bases de datos, Couchbase puede convivir con una base de datos tradicional manteniendo la correlación de los datos, lo que nos permite aliviar las cargas en los procesos de migración”, continuó.

Hemos visto que otra tendencia es el desarrollo con plataformas low-code. Pero ¿cómo está impactando en las organizaciones? En opinión de Arsénio Gil, “el objetivo de estas plataformas es hacer más en menos tiempo, y en un mercado tan competitivo es importante que las empresas dibujen estrategias para incorporar clientes, pero también para mantenerlos. Por esto es necesario digitalizar los procesos de manera rápida para no perder oportunidades. Además, las nuevas tendencias tecnológicas son cada vez más necesarias en la creación de procesos de interacción con los usuarios, y este tipo de plataformas te pueden ayudar mucho utilizando lo que ya está modelizado. Por tanto, las compañías van a seguir integrando estas plataformas en las empresas”.

Cambios a tener en cuenta

El mundo de las TI es cada día más híbrido y multicloud, y esto impacta también en el desarrollo de aplicaciones. Para Raúl de la Fuente, “es una tendencia obvia para dar más libertad y flexibilidad al cliente. Nosotros apostamos por ser lo más abiertos posibles, pudiendo desplegar Couchbase en la propia red privada

virtual del cliente, lo que nos permite no tener que redefinir políticas de seguridad o de interconexión. Además, tenemos una única consola para administrar todos los elementos dentro de la infraestructura del cliente”.

Y para Luis Colino, la experiencia del cliente es esencial. “Una de las partes principales del uso de las aplicaciones es la usabilidad para el usuario. Desde el punto de vista del desarrollador, nos estamos centrando mucho en la Inteligencia Artificial a la hora de definir una estrategia de pruebas. Además, esta IA nos permite que un script sea omnicanal, que nos permita ser independiente de plataforma, además de automatizar y agilizar los test de las aplicaciones”.

También tiene un gran impacto en esta experiencia del usuario la seguridad. Para Arsénio Gil, “el coste de no tener seguridad o tener una seguridad baja, va a ser mayor que el de apostar por la seguridad desde el principio. Tenemos que estar seguros al cien por cien, porque si te equivocas vas a poner a tu compañía en riesgo. No es una opción, es una obligación”.

### CONVIENE NO OLVIDAR

En opinión de Raúl de la Fuente, “hay que mantener la apuesta por estándares abiertos para no caer en errores del pasado”.

Por su parte, Luis Colino reconocía que “en alguna ocasión vamos a tener un problema

de seguridad, pero lo importante es estar preparado para ello, incluyendo la seguridad en todos los pasos del camino, y ser capaces de reaccionar de manera rápida, ágil y efectiva”.

Finalizaba Arsénio Gil apuntando que “es básico que hagamos un análisis en profundidad de lo que queremos y necesitamos antes de escribir una línea de código. Es algo esencial, pero no todo el mundo lo hace. Además, hay que tener plataformas de testeo a todos los niveles. Y, sobre todo, no dejar de lado la experiencia del usuario. Es algo fundamental”. ■



### MÁS INFORMACIÓN



[Cómo elegir una base de datos para tus aplicaciones móviles](#)



[Cómo elegir una plataforma de Enterprise Agile](#)



[Kalipso Studio: Características](#)

Si te ha gustado este artículo,  
compártelo



# Mejores prácticas para el desarrollo y gestión de aplicaciones



**“Todas las organizaciones tienen un valor basado en el cuidado de sus aplicaciones” (Couchbase)**

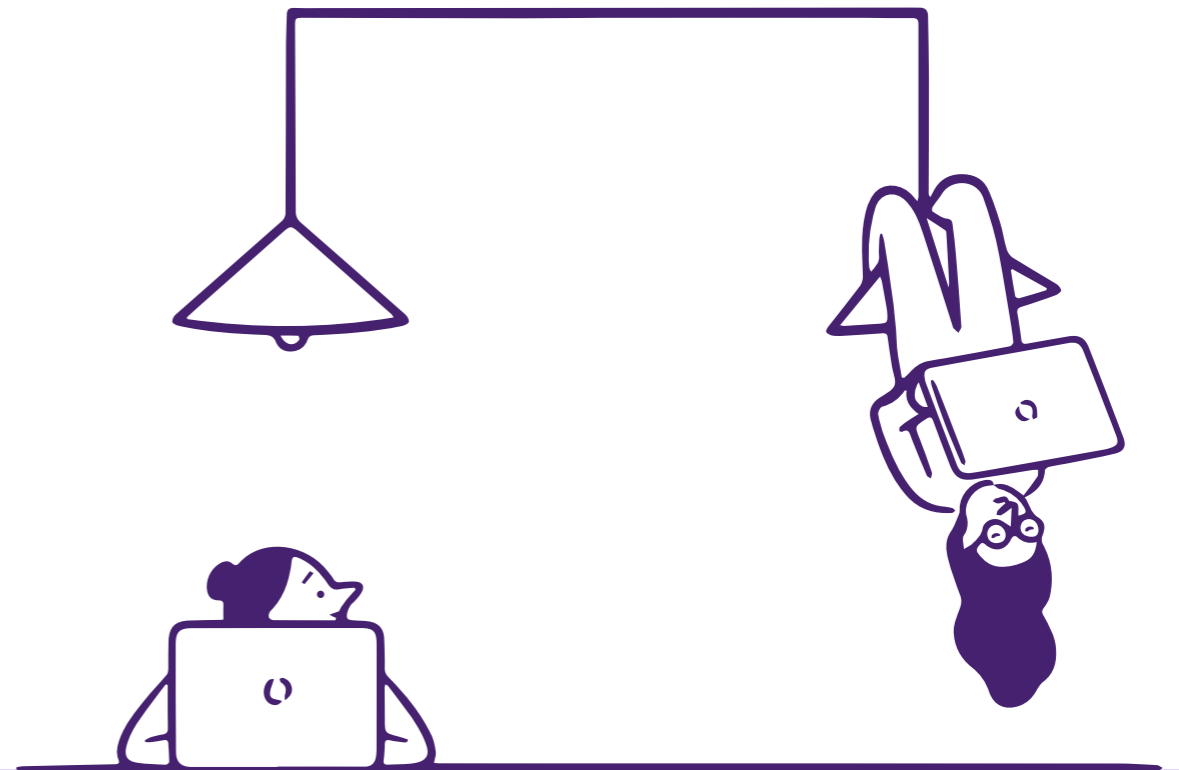


**“Nos anticipamos para adaptarnos a la necesidad real de una aplicación o servicio” (Micro Focus)**



**“Kalipso Studio crea soluciones complejas de forma sencilla con tecnología Low Code” (SysDev)**

Tus empleados  
se merecen una  
tecnología tan  
única como ellos.



citrix™



# Pros y contras de los futuros modelos de trabajo remoto e híbrido

**E**n el último año, los beneficios que aporta el teletrabajo han salido a la luz, y muchas empresas antes reticentes se han planteado adoptar modalidades de trabajo remoto o híbrido para cuando la pandemia se haya estabilizado. Pero los trabajadores no solo han percibido ventajas por trabajar desde casa, ya que la falta de planificación y otros problemas organizativos les ha generado altos niveles de

estrés y ansiedad, lo que afecta al rendimiento. Y ahora están preocupados porque las empresas no están teniendo en cuenta este factor ni sus comentarios al respecto a la hora de diseñar el puesto de trabajo del futuro, y por la falta de información al respecto.

Para muchas organizaciones la imposición del teletrabajo durante la pandemia ha sido un gran descubrimiento, ya que antes no creían

que se pudiese implantar con éxito a esta escala, o ni siquiera se lo planteaban. Pero a lo largo de este año muchas han comprobado que el rendimiento se ha mantenido o, incluso, ha aumentado. Por ello, ahora se plantean un esquema organizativo basado en el [teletrabajo o en modalidades híbridas](#), que combinan horarios o etapas presenciales con el puesto laboral remoto.



La percepción de los trabajadores es bien distinta, porque en muchos casos la orquestación de esta modalidad laboral no ha sido adecuada, y también les ha perjudicado de cierta forma. Según los estudios más recientes, un elevado porcentaje de personas se han encontrado teletrabajando fuera de horas, ya sea atendiendo llamadas, emails o realizando sus labores más allá de la jornada normal. Y se ha detectado un gran aumento de los niveles de ansiedad, estrés y agotamiento, algo que está aumentando a medida que se acercan los cambios que redefinirán el modelo laboral en su empresa.

Según una reciente [investigación realizada por McKinsey](#), los empleados necesitan tener más certeza sobre la forma en que se conformará el puesto de trabajo híbrido y remoto del futuro. Cada vez más voces se alzan soli-

citando más claridad a este respecto, y que se atiendan sus peticiones y opiniones a la hora de diseñar [cómo se trabajará en el futuro](#). Porque consideran que esta presión acaba minando las fuerzas de los trabajadores, que se sienten cada vez más insatisfechos, y esto acaba afectando a las relaciones interpersonales con los compañeros de trabajo, a su vida personal y también a la productividad laboral.

La encuesta realizada por esta consultora revela que la principal fuente de ansiedad de los trabajadores proviene de que los empleados

todavía no han sido debidamente informados sobre cómo va a organizar su empresa el modelo de trabajo. Porque, aunque muchas han comunicado su intención de adoptar el [trabajo virtual híbrido o el teletrabajo](#), pocas han explicado cuáles serán las pautas, políticas, expectativas y enfoques que seguirán con el suficiente grado de detalle.

Esto suscita muchas dudas entre los empleados, que demandan una mejor comunicación por parte de los líderes, incluso si todavía no han definido claramente los cambios que van

**Los empleados que reciben una comunicación más detallada por parte de la empresa se sienten en general más integrados en la organización, y esto tiene un reflejo directo en la productividad**



**EL TRABAJADOR EXIGE MÁS CAPACIDADES DIGITALES Y APUESTA POR LOS ENTORNOS LABORALES HÍBRIDOS**





a realizar. Y, según McKinsey, las empresas que han tenido esto en cuenta registran mayores niveles de satisfacción entre sus trabajadores, que se han traducido en una mayor productividad general y en un mayor bienestar personal. Para tener una idea más clara de la situación los responsables de esta encuesta han elaborado una lista con los factores que más preocupación y ansiedad causan entre los trabajadores.

### **SENTIMIENTO DE INCLUSIÓN**

Los empleados que reciben una comunicación más detallada por parte de la empresa se sienten en general más integrados en la organización, y esto tiene un reflejo directo en la productividad. Según la encuesta, los empleados que se sienten más incluidos gracias a esta información tienen casi cinco veces más posibilidades de incrementar su rendimiento. Por ello, los expertos recomiendan incrementar la frecuencia y el grado de detalle de las comunicaciones, tanto para informar de qué decisiones se han tomado como para avanzar las opciones que se barajan de cara al futuro.

### **PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN**

Los resultados de esta investigación revelan que el 40% de los empleados aún no ha sido informado sobre la visión que tiene la organización de cara al futuro de su puesto de trabajo, y un 28% afirma que la información que le ha llega-

do es insuficiente. Esto es un factor generador de estrés que afecta negativamente al compromiso del trabajador con la organización.

### **ANSIEDAD EN EL PUESTO DE TRABAJO**

Directamente relacionado con el punto anterior, las empresas que apenas se comunican con los trabajadores sobre cómo será el trabajo tras la pandemia, o que no lo hacen, están elevando el malestar entre sus empleados. Esto se traduce en ansiedad, estrés y problemas con sus colegas, entre otras consecuencias, y en una consiguiente pérdida de rendimiento. Esto supone pérdidas económicas que McKinsey cifra en hasta un trillón de dólares al año a nivel mundial.

### **TRABAJADORES "QUEMADOS"**

El efecto "burn-out" es un viejo enemigo de muchos trabajos en los que las personas deben dar el máximo, siguiendo un ritmo que no se puede soportar de forma indefinida. Pero este fenómeno de desgaste se está expandiendo a medida que aumenta la ansiedad y el estrés de los trabajadores, en puestos en los que antes no era tan común. Esta encuesta revela que casi la mitad de los empleados sienten síntomas de agotamiento excesivo en el trabajo, y los expertos afirman que este es uno de los problemas que más efecto tienen en el rendimiento laboral. Además, alerta de que estas cifras podrían ser mucho peores, ya que quienes se encuentran en este estado tiene

menos probabilidad de responder a encuestas como esta, por lo que hay una gran bolsa potencial de trabajadores quemados que no aparecen aquí. Asimismo, destaca que muchas de las personas que han llegado a este punto probablemente ya hayan abandonado su trabajo a consecuencia del alto nivel de exigencia.

### COMPARTIR INFORMACIÓN

Según McKinsey, la falta de comunicación organizacional hace que los empleados que no reciben suficiente información tienen casi tres veces más probabilidades de acabar quemados

que quienes sí la reciben. Por ello, los expertos instan a las empresas a que mejoren e incrementen sus comunicaciones con la fuerza laboral, compartiendo información sobre sus intenciones en materia laboral, incluso si no están seguros de cómo van a diseñar el futuro puesto de trabajo.

### MÁS FLEXIBILIDAD

Más de la mitad de los empleados encuestados para realizar esta investigación afirman que les gustaría que su organización adoptara [modelos híbridos de trabajo virtual que fue-](#)

[sen flexibles](#), en los que los empleados puedan combinar mejor la presencia física con el teletrabajo. Y los expertos afirman que atendiendo y evaluando cuidadosamente estas peticiones, las empresas pueden diseñar mejor el modelo de organización laboral que adoptarán tras la pandemia, lo que mejorará la cultura empresarial, la vinculación de los trabajadores con la organización y los resultados a todos los niveles.

### RIESGO DE FUGA DE TALENTO

Más de una cuarta parte de los encuestados dice que se plantearía [cambiar de empresa](#) si ésta decide volver al modelo de trabajo 100% presencial anterior a la crisis. Aunque esto depende de las políticas que acaben adoptando las empresas, de la disponibilidad de [otros empleos con condiciones y salarios iguales o mejores](#), y del papel que adopte la automatización en el rediseño del puesto de trabajo del futuro.

4 RECOMENDACIONES PARA IMPLEMENTAR UN MODELO DE TRABAJO HÍBRIDO EN TU EMPRESA

4 RECOMENDACIONES PARA IMPLEMENTAR UN MODELO DE TRABAJO HÍBRIDO

**Más de la mitad de los empleados encuestados afirman que les gustaría que su organización adoptara modelos híbridos de trabajo virtual que fuesen flexibles**

### PREDOMINIO DEL TELETRABAJO

Para más de la mitad de los trabajadores gubernamentales y corporativos entrevistados el teletrabajo debería ser la fórmula dominante en el modelo de trabajo híbrido ideal, combinando al menos tres días a la semana de trabajo remoto con uno o dos días a la semana de modalidad presencial, como mucho. Y los investigadores destacan las respuestas en este sentido de los empleados de Estados Unidos, donde casi un tercio de la fuerza laboral preferiría [teletrabajar a tiempo completo](#).

### CONCILIACIÓN LABORAL Y FAMILIAR

El grupo de los trabajadores con hijos siempre ha sido el más proclive a aceptar e, incluso, solicitar un puesto de trabajo remoto, y tras este año de experiencia su preferencia ha ido cambiando hacia un modelo híbrido flexible, y solo un 8% ve con buenos ojos un trabajo completamente presencial. Por su parte, los trabajadores sin hijos menores de edad tienen casi tres veces más probabilidades de preferir esta fórmula, aunque la mayoría aún escogería un modelo flexible.

### INQUIETUDES Y EXPECTATIVAS DE CARA AL FUTURO

Actualmente, los trabajadores están sometidos a mucho estrés por la incertidumbre que le genera la falta de comunicación sobre cómo cambiará, si lo hará, su puesto de trabajo. Entre tantas expec-

tativas e inquietudes muchos están esperando que su organización opte por más flexibilidad, por reforzar las compensaciones competitivas y el bienestar de los empleados. Pero también les preocupa mucho cómo será su trabajo en el futuro, y cómo afectará a su vida en general la adopción de nuevas modalidades laborales que quizá no se ajusten a sus capacidades o esperanzas. Además, el temor físico por el riesgo sanitario también se ha convertido en un factor a destacar, y también el deterioro de las relaciones y la vinculación con los compañeros de trabajo, a causa de la distancia.




### CUESTIÓN DE POLÍTICA

Por último, los expertos de McKinsey señalan que los empleados están muy preocupados por la forma que tomarán los acuerdos laborales y las políticas en este sentido, y temen que las nuevas fórmulas laborales no tengan en cuenta el bienestar de los trabajadores y la cohesión social, buscando más productividad con modalidades que acaben afectando negativamente a su trabajo y a su productividad. Así, más de un tercio de los entrevistados situaron entre las cinco políticas más importantes para ellos la claridad en los horarios y las expectativas de colaboración. Otras políticas de colaboración que consideran importantes son las que contemplan en uso de tecnologías para la preparación y organización de reuniones re-

motas desde las oficinas, y las pautas que se seguirán para el trabajo con documentación.

También han dado mucha importancia a las herramientas de colaboración y en la capacitación para trabajar con ellas, y en el reembolso de la inversión en dotarse a uno mismo de herramientas para trabajar en remoto, que en algunos casos ha supuesto inversiones elevadas. Y, para más de una cuarta parte de los encuestados, las principales políticas a tener en cuenta son las de microconectividad, tanto en eventos de equipos pequeños como en las estrategias de escucha y respuesta. ■

### MÁS INFORMACIÓN

-  [Informe Empleos Emergentes 2020](#)
-  [Mejorando la experiencia del trabajador remoto](#)
-  [De vuelta a la oficina](#)

Si te ha gustado este artículo,  
compártelo



# COBRA TUS FACTURAS EN 24 HORAS

Y AYUDA A TUS CLIENTES CON SUS PROBLEMAS DE LIQUIDEZ

**GRENKE**  
FAST // FORWARD // FINANCE

CONTACTA CON  
NOSOTROS  
91 630 56 72 o  
contigo@grenke.es



// VENTA  
POR CUOTAS

// RIESGO CERO  
DE IMPAGO

¿Alguna vez te has encontrado con clientes que necesitan tu tecnología, pero no tienen liquidez suficiente para pagarla? ¿Esto supone un problema a la hora de cerrar tus operaciones comerciales? Tus clientes necesitan la tecnología y el equipamiento más novedoso, pero esto resulta complicado de conseguir sin que comprometa la liquidez de su negocio. El renting tecnológico y de equipamiento de GRENKE es la solución perfecta, tus clientes pagan cómodas cuotas mensuales, mientras tú recibes el pago al contado del 100 % de tus ventas.



[WWW.GRENKE.ES](http://WWW.GRENKE.ES)

#ENCUENTROSITRENDS

# Mejorando la experiencia del trabajador remoto

Para 2021, tres de cada diez empleados trabajarán desde sus casas. El teletrabajo se ha impuesto como una modalidad habitual de trabajo en todo tipo de organizaciones para aportar la flexibilidad que los empleados demandan, pero también para garantizar la continuidad de los negocios en caso de incidentes. Esté donde esté, el trabajador necesita acceder a todos los recursos empresariales, pero desde su casa, muchas veces con su propio equipo y casi siempre con su conexión a internet, lo que requiere aplicar tecnologías y modelos de seguridad específicos.

Trabajar en remoto también ha impuesto otra dinámica en las reuniones, ahora online y virtuales, necesarias para mantener la marcha de la empresas y los vínculos con la misma.

En IT Trends hemos reunido a diversos expertos para abordar los retos del teletrabajo y cómo avanzar en la productividad y el mejor desempeño de los empleados ahora que lo habitual es trabajar fuera de la oficina, en una sesión titulada [Mejorando la experiencia del trabajador](#)



[remoto](#), que constó de dos mesas de debate: la primera de ellas, con profesionales del mundo académico, técnico y de Recursos Humanos, y la segunda con especialistas en tecnologías de comunicaciones, seguridad, dispositivos o conexiones que involucran el trabajo remoto. ■

#ENCUENTROSITRENDS

# Nuevas modalidades de trabajo: el empleado remoto

Sonia Fernández Palma, consultora educativa y divulgadora en Ciberseguridad y Alfabetización Digital y miembro de Women4Cyber; Antonio Ramos, Vocal de la Junta Directiva de ISACA Madrid y Rafael Cubero Saiz, Head of People de Tecnatom Group, conversan sobre el impacto del teletrabajo en las empresas.

**D**urante el Encuentro IT Trends titulado [Mejorando la experiencia del trabajador remoto](#), tuvo lugar un primer debate cuyo objetivo fue examinar el teletrabajo y su impacto tanto en los empleados como en las empresas y departamentos de recursos humanos. Para ello se contó con la participación de So-



The image shows a screenshot of a video conference. The main window features Arancha Asenjo, ITDM, speaking. To her right are three smaller windows for Sonia Fernández, Antonio Ramos (ISACA), and Rafael Cubero (Tecnatom Group). A large red play button is overlaid on the main video. The bottom of the screenshot includes the IT TRENDS logo, the hashtag #ITWebinars, and the title 'NUEVAS MODALIDADES DE TRABAJO: EL EMPLEADO REMOTO' next to a video icon.

nia Fernández Palma, consultora educativa y divulgadora en Ciberseguridad y Alfabetización Digital y miembro de Women4Cyber; Antonio Ramos, Vocal de la Junta Directiva de ISACA Madrid; y Rafael Cubero Saiz, Head of People de Tecnatom Group.

Para Sonia Fernández Palma “lo que hemos vivido durante estos últimos meses ha sido y sigue siendo una situación excepcional que requería, sobre todo en el principio, de una actitud extraordinaria, tanto por parte de empresas como de personas de los trabajadores”.

La respuesta de las organizaciones empresariales frente al cambio de modelo de negocio ha sido mixta, aseguró Antonio Ramos, quien añadió que muchas empresas afrontaron esta situación “con mucha premura, con mucha improvisación y corriendo muchos riesgos de seguridad”. En todo caso, “el que más y el que menos ha sacado un gran aprendizaje. Creo que a partir de ahora podemos afrontar estas situaciones con mucha más experiencia, con mucho más conocimiento y sabiendo un poco mejor a qué nos enfrentamos”.

En Tecnatom Group, “la situación se vivió como algo positivo porque lo que los empleados percibieron es que les estábamos cuidando”, dijo Rafael Cubero, explicando que hubo un trabajo importante en el área



**“Para mí, el gran secreto del teletrabajo es la formación”**

**SONIA FERNÁNDEZ PALMA,  
CONSULTORA EDUCATIVA Y DIVULGADORA EN CIBERSEGURIDAD Y  
ALFABETIZACIÓN DIGITAL Y MIEMBRO DE WOMEN4CYBER SPAIN**

de comunicación para que las relaciones entre las personas y con la empresa no se viesen perjudicadas. La empresa se apoyó en una red social empresarial creando grupos “para poder estar más unidos y no tener sentimientos de soledad”, así como

otras actividades, campañas y rutinas para mantener activas las relaciones entre empleados y con la empresa”. Añadió que la clave fue una coordinación entre las áreas de IT, el área de recursos humanos y el área de servicio médico.

Asegurando que el principal activo de una empresa son las personas, y que es a las personas a las que hay que cuidar, dijo Sonia Fernández, que no sólo hay que darles herramientas a los empleados, sino formarles para saber utilizarlas. “Para mí el gran secreto es la formación”, aseguró esta consultora mencionando de manera específica la formación en habilidades digitales, muy especialmente en materia de seguridad, así como las habilidades sociales porque “no podemos pensar que como tenemos una pantalla delante, eso es una barrera”.

Además de las ventajas que aporta, como permitir la continuación del negocio, ¿qué retos está planteando este nuevo modo de trabajo? Para Antonio Ramos los retos son muchos “porque trabajar en este entorno digital hace que tengamos que cambiar a la forma en la que veníamos trabajando”, desde temas organizativos a temas técnicos, gestión del conocimiento y de seguridad.

“Lo principal es el negocio y ese es el punto de partida desde donde arrancamos”, dijo Rafael Cubero cuando se le plantea cómo se ha unido el área tecnología, negocio y recursos humanos en tiempos de pandemia. Explicó que algunos perfiles no podían dejar de ir a la oficina, pero que “trabajamos en crear el entorno más seguro posible”, mientras que a todas las personas que podían ha-



**“Trabajar en este entorno digital hace que tengamos que cambiar la forma en la que veníamos trabajando”**

**ANTONIO RAMOS, VOCAL DE LA JUNTA DIRECTIVA, ISACA MADRID**

cer el trabajo remoto se les dieron todas las posibilidades para hacerlo. En todo caso, en Tecnatom Group no se partía de cero, ya que se contaba con un sistema de trabajo a distancia que “ayudó a que la gente ya supiese a qué se enfrentaban”. Además, el departa-

mento de sistemas tuvo varias tareas a realizar, desde asegurarse que todo el mundo tuviese un portátil para poderse llevar a casa, o una pantalla, reforzar las VPNs o “tareas de formación de todo el portfolio de herramientas de comunicación colaborativas que



tenemos a nuestra disposición y que mucha gente no conocía”.

Sobre cómo mejorar la experiencia del teletrabajo, apuntó Sonia Fernández que es importante que el teletrabajo tenga unas normas claras, “que se sepa a qué debemos atenernos”. Añadió esta consultora y miembro de la asociación Women4Cyber Spain que es importante aceptar “que ya no vivimos en el mundo en el que vivíamos, sino que vivimos en otro con unas posibilidades infinitas y unos beneficios muy grandes, pero también con algunos inconvenientes y muchos retos por delante”.

Respecto al modelo híbrido de trabajo dijo Antonio Ramos que hacer convivir el modelo tradicional asistencial con el remoto es un reto desde el punto de vista tecnológico. Aseguró que no está definida una situación en la que “tengo que ser capaz de hacer convivir un mundo en el que parte del tiempo se va a estar en la oficina y parte del tiempo fuera”, algo que impacta a la hora de dimensionar tanto el tamaño de una oficina, las conexiones web, etc.

Para Rafael Cubero, una de las lecciones aprendidas de la explosión del teletrabajo es que el trabajo a distancia se va a quedar y “se ha convertido en un factor más de la propuesta de valor que todas las empresas ofrecen a sus empleados y que va a reforzar el sentimiento de pertenencia a las empresas que



**“El teletrabajo se ha convertido en un factor más de la propuesta de valor de las empresas”**

**RAFAEL CUBERO SAIZ, HEAD OF PEOPLE, TECNATOM GROUP**

apuestan por ello”. En cuanto a los planes de futuro en Tecnatom Group, estos pasan por establecer las reglas del trabajo a distancia, así como finalizar “un modelo conexión digital que favorezca la conciliación, pero con cuidado de que no se inmiscuya demasiado en

nuestra vida personal”. Apuntó también Rafael Cubero que se trabaja en la formación de todas herramientas colaborativas, la reorganización de espacios en sede para crear unos espacios más amplios y más colaborativos o una mayor inversión en TI. ■

2021

# SONICWALL® INFORME DE CIBERAMENAZAS

SONICWALL.COM | @SONICWALLSPAIN

Los equipos de investigación de amenazas de SonicWall Capture Labs proporcionan a las empresas, pymes, agencias gubernamentales y otras organizaciones inteligencia de ciberamenazas existentes para proteger a su personal distribuido contra una superficie de ataque en continua expansión.

Al proporcionar una visión completa de estos datos, el Informe de Ciberamenazas 2021 de SonicWall muestra **cómo piensan y operan los cibercriminales**, ayudando a las organizaciones a prepararse mejor para las amenazas del futuro.

OBTENGA EL INFORME COMPLETO

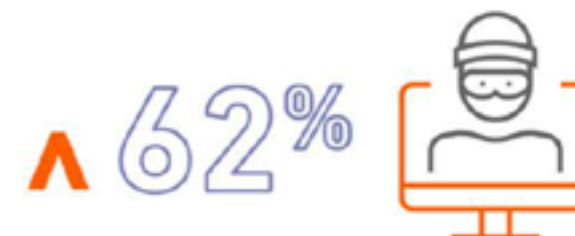
[sonicwall.com/threatreport](https://sonicwall.com/threatreport)



EL MALWARE CAE AL NIVEL MÁS BAJO DESDE 2014



IDENTIFICACIÓN MÁS RÁPIDA DE MALWARE "NUNCA ANTES VISTO"



EL RANSOMWARE ALCANZA UNA CIFRA RÉCORD



INSPECCIÓN DE MEMORIA PROFUNDA MEJOR QUE NUNCA



EL CRYPTOJACKING HA VUELTO



EL MALWARE DE IOT AUMENTA UN 66%



INTENTOS DE INTRUSIÓN EN CONSTANTE CRECIMIENTO

#ENCUENTROSITTRENDS

# Cómo mejorar la experiencia del trabajador remoto gracias a la tecnología

Más de la mitad de los trabajadores apoya el teletrabajo. Es más, según una encuesta de la compañía de consultoría de gestión Korn Ferry, un 64% reconoce ser más productivo trabajando desde casa, además de valorar otros aspectos como el ahorro de tiempo en los desplazamientos y una mejor conciliación familiar y laboral.

Trabajar en remoto también ha impuesto otra dinámica en las reuniones, ahora online y virtuales, necesarias para mantener la marcha de las empresas y los vínculos con la misma, todos ellos temas tratados en el #EncuentroITrends [Mejorando la experiencia del trabajador remoto](#), en el que participaron Melchor Sanz, Direc-



Melchor Sanz (HP Inc.); Iván Rodríguez Santos (Citrix); M<sup>a</sup> José Fernández (Granke); Agustín Sánchez Fonseca (NFON); Sergio Martínez (SonicWall); Iván Mateos Pascual (Sophos); y Guillermo Fernández (WatchGuard), durante el debate.



**“Las pymes han recibido ayudas para hacer frente a esta digitalización y al teletrabajo”**

**Mª JOSÉ FERNÁNDEZ,  
BRANCH MANAGER, GRENKE**

tor de Tecnología y Preventa de HP Inc.; Iván Rodríguez Santos, Lead Sales Engineer de Citrix Iberia; Mª José Fernández, Branch Manager de Grenke; Agustín Sánchez Fonseca, Responsable de desarrollo de negocio de NFON Iberia; Sergio Martínez, Iberia Regional Manager de SonicWall; Iván Mateos Pascual, Sales Engineer de Sophos; y Guillermo Fernández, Iberia Sales Engineer Manager de WatchGuard.

Lo primero que quedó claro durante el segundo encuentro de este evento online es

que los empleados no estábamos preparados para teletrabajar. Lo aseguraba Melchor Sanz, Director de Tecnología y Preventa de HP Inc., afirmando que “estábamos preparados para teletrabajar un ratito, pero no ocho o nueve horas”. Mencionó el directivo que es la tecnología la que puede ayudar a que las empresas sean más eficientes y que los trabajadores estén trabajando de una manera más confortable desde cualquier ubicación, y que todo ello se haga sin que existan mayores riesgos de seguridad.

Más de un año después de la pandemia, cuando damos por hecho que el puesto de trabajo ya va a ser híbrido, ¿cómo será el puesto de trabajo del futuro? Para Iván Rodríguez Santos, Lead Sales Engineer de Citrix Iberia, la clave está en aplicaciones que sean capaces de conectar usuarios y datos a través de cualquier tipo de dispositivo y a través de cualquier ubicación. El éxito, asegura, llega “cuando somos capaces de brindar esta experiencia de usuario de forma consistente”.

Hablar de teletrabajo es hablar de digitalización, un proceso que, según Mª José Fernández, Branch Manager de Grenke, ya estaba en ciernes cuando llegó la pandemia. La crisis sanitaria llevó a las empresas a acelerar sus planes hasta el punto de que en estos meses se ha avanzado lo que se hubieran tardado diez años.



**“No vale cualquier dispositivo para acceder a cualquier entorno”**

**MELCHOR SANZ, DIRECTOR DE  
TECNOLOGÍA Y PREVENTA, HP INC.**

En lo que respecta a las herramientas de comunicación, que en realidad existen desde hace mucho tiempo, planteó Agustín Sánchez Fonseca, responsable de desarrollo de negocio de NFON Iberia, que no se les está sacando el máximo provecho por una cuestión cultural y por una falta de proceso a nivel de empresas; “al trabajador se le dan unas herramientas, pero hay que dotarles de objetivos y de procesos”. Aseguró también que, si antes se estaban infrautilizando, se ha pasado al extremo contrario y se utiliza



### “La clave está en aplicaciones capaces de conectar usuarios y datos a través de cualquier tipo de dispositivo y ubicación”

**IVÁN RODRIGUEZ SANTOS, LEAD SALES ENGINEER, CITRIX IBERIA**

la videoconferencia para todo o el móvil demasiado cuando “no vale para un uso corporativo, ya que ni permite asegurar o dar la máxima calidad de atención, ni asegura la máxima disponibilidad”.

La digitalización acelerada y la falta de preparación para el teletrabajo han tenido un impacto en la seguridad de las empresas. El teletrabajo, explicó Sergio Martínez, director general

de SonicWall Iberia, implica que accedemos a aplicaciones corporativas y a datos desde cualquier sitio, que el perímetro de seguridad ha desaparecido y que la superficie de exposición se ha incrementado. Ahora, aseguró el directivo “se hace necesaria una nueva seguridad”, que debe tener en cuenta cinco ideas sencillas: defensa por capas, visibilidad, ser capaces de detectar lo desconocido, realizar un acceso remoto seguro, y todo ello con un TCO y un coste disruptivo.

Desde Sophos Iberia, Iván Mateos, sales engineer de la compañía, apuntó que para que una solución funcione, para que algo se adapte y se pueda utilizar, tiene que ser fácil, tiene que ser “descomplicado”: “los usuarios tienen que poder trabajar desde casa como lo hacían desde la oficina y sin cargarles de responsabilidad”. Aseguró que muchas veces se tiende a echarle la culpa al usuario de lo que pasa y que, si bien el usuario tiene que saber hacer muchas cosas, hay otras muchas que no tiene por qué saber. “La solución es que no se tenga que preocupar por nada gracias a un ecosistema de ciberseguridad donde todo hable con todo y sea sencillo de administrar”.

¿Cómo podemos facilitarle la vida al empleado con un equilibrio entre la seguridad y su experiencia? Tiene claro Guillermo Fernández, Iberia Sales Engineer Manager de WatchGuard, que hay que encontrar la ma-

**it whitepapers** **CÓMO GARANTIZAR ESPACIOS DE TRABAJO SEGUROS DESPUÉS DE LA PANDEMIA**

**citrix**  
**De vuelta a la oficina**  
Cómo garantizar espacios de trabajo seguros después de la pandemia

En la nueva normalidad, será necesario que las organizaciones adopten una solución de trabajo híbrida o integral para sus empleados. Las empresas que aún no lo hayan hecho, encontrarán que el trabajo remoto no es tan terrible como parecía. Además, las organizaciones deben entender cuál es el papel que desempeña la tecnología en el retorno seguro de los empleados a la oficina y encontrar el equilibrio en las soluciones de trabajo híbridas.

nera de ayudarles con herramientas que automaticen la parte de toda la problemática de seguridad sin abrumarles a alertas y a decisiones. Puso como ejemplo de equilibrio lo relativo a la gestión de contraseñas, que aseguró “sigue siendo un mal endémico que arrastramos de desde hace muchos años”.



### “El principal inconveniente para no disfrutar de esta democratización de la tecnología es la cultura y el inmovilismo”

#### AGUSTÍN SÁNCHEZ FONSECA, RESPONSABLE DE DESARROLLO DE NEGOCIO, NFON IBERIA

Para Melchor Sanz, mejorar la experiencia del trabajador remoto pasa por “descomplicar”, y eso significa no sólo simplificar el acceso a la información, a una aplicación o a la red, sino hacerle la vida más fácil al empleado desde que pulsa el botón de su dispositivo. Añadió que “no vale cualquier dispositivo para acceder a cualquier entorno” y propuso

una gestión moderna de los dispositivos que va desde la capa más física de seguridad a la capa de sistema operativo o la capa de aislamiento.

Asegurando que el trabajo remoto es sólo un marketing porque “al fin y al cabo todos los usuarios deberían trabajar allí donde estén”, mencionó Iván Rodríguez los servicios Workspace que permiten que el usuario acceda desde un único punto, allí donde esté, homogeneizando el acceso e incrementando la seguridad.

Lo habitual cuando se piensa en teletrabajo es asociarlo a grandes empresas, a multinacionales con empleados repartidos por todo el mundo. ¿Qué ocurre en el mundo pyme? Dijo M<sup>a</sup> José Fernández que son las grandes compañías las que tienen más medios, y que las pymes se están digitalizando mucho más. Explicó que han recibido ayudas para hacer frente a esta digitalización a través de fondos ICO, ayudas que han llegado de Europa y propuestas como la de Grenke, que “permitimos que las empresas y las pymes puedan obtener todo el equipamiento de hardware, software, conexiones a Internet... y en general todo lo que necesiten para poder realizar el teletrabajo, agilizando todos los procesos y que los trabajadores estén cómodos y tranquilos”.

En este proceso de teletrabajo, ¿se ha conseguido unificar la experiencia del puesto de

**it** whitepapers **SOLUCIONES CLOUD PARA LA CONTINUIDAD DEL NEGOCIO EN ENTORNOS VUCA**

La nueva era digital que se dibuja en la actualidad está transformando no solo la forma en que las empresas están gestionando su relación con los clientes reales, sino también la forma en que las organizaciones ofrecen, acceden y consumen servicios y aplicaciones.

Estudio: Soluciones cloud para la continuidad del negocio en entornos VUCA  
IDC

trabajo en la oficina y en casa? Dijo Agustín Sánchez Fonseca que el acceso a los datos desde la oficina ya estaba muy disgregado y que al irnos a casa no sólo ha generado un reto en cuanto a unificar la experiencia en casa y en la oficina como un único modelo de uso, “sino que tienes gente con perfiles diferentes, tienes millenials y tienes gente que se niega a dejar de usar el teléfono de sobremesa”. Explica que existe la oportunidad de unificar todas las comunicaciones en el menor número posible de dispositivos, y aun así po-



### “Roto el perímetro, la única solución es poner diferentes medidas de seguridad”

**SERGIO MARTÍNEZ, IBERIA REGIONAL MANAGER, SONICWALL**

der tener esta herramienta en todos los dispositivos posibles, que es la manera de dar flexibilidad.

Roto el perímetro, “la única solución es poner diferentes medidas de seguridad”, dijo Sergio Martínez, añadiendo que la verdadera pandemia “es el robo de identidades para realizar luego ataques y movimientos laterales en las compañías”. Aseguró que los intentos de intrusión se dispararon gracias al robo de identidades y que el ransomware sigue siendo un grave problema. “Está muy

claro que debemos desplegar más medidas de autenticación, que muchas aplicaciones se han migrado a la nube para facilitar su acceso desde fuera, que los ciberataques son más sofisticados... y que está claro que hay que aplicar y poner en marcha una nueva ciberseguridad basada en capas de extremo a extremo y de este a oeste”.

Para Iván Mateos hay un reto que tenemos que aplicar tanto al mundo de la ciberseguridad como a nuestra vida cotidiana: primero pensar y luego actuar; “si conseguimos hacer eso evitamos trabajar dos veces; evitamos que cada vez que se plantea un nuevo problema tengamos que analizar todo otra vez, revisar todas las soluciones del mercado y además seguir aumentando la complejidad de nuestro Frankenstein”. Mencionó la propuesta de un ecosistema de ciberseguridad adaptativo con el que “conseguimos simplificar mucho la ecuación y tener además un nivel de seguridad superior”.

El phishing ha sido uno de los caballos de batalla durante dos meses de la pandemia. En opinión de Guillermo Fernández, este incremento vino derivado “de tener a los empleados trabajando desde casa” y ha puesto de manifiesto la necesidad de llevar la protección que antes estaba en el perímetro a ese puesto de trabajo. “El empleado es la primera barrera de seguridad y los cursos de

**it** whitepapers **CINCO IDEAS PARA UNA NUEVA CIBERSEGURIDAD**

SONICWALL  
5 ideas para una nueva ciberseguridad

Un año después de la pandemia, cuando el perímetro de seguridad se ha perdido irremediabilmente y las ciberamenazas son cada vez más y más sofisticadas se hace necesaria una nueva seguridad, que debe tener en cuenta cinco ideas sencillas: Defensa por capas, visibilidad, ser capaces de detectar lo desconocido, realizar un acceso remoto seguro, y todo ello con un TCO y un coste disruptivo.

concienciación son importantes”, aseguró el directivo para reducir su impacto.

Si la primera barrera de seguridad es el usuario, la segunda es el dispositivo y la tercera el sistema operativo, y le siguen las aplicaciones y las comunicaciones, explicó Melchor Sanz. Dijo el Director de Tecnología y Preventa de HP Inc. que se tiene que garan-



**“Los empleados tienen que poder trabajar desde casa como lo hacían desde la oficina y sin cargarles de responsabilidad”**

**IVÁN MATEOS PASCUAL,  
SALES ENGINEER, SOPHOS**

tizar que cada una de esas capas sea segura por sí misma desde el diseño, pero que entre ellas se hablen para tener un sistema de control homogéneo.

Los más rápido y fácil para los clientes que ya estuvieran utilizando sistemas y VPN antes de la pandemia fue ampliarlos “sin pararse a pensar”, apuntó Iván Rodríguez añadiendo que las VPN suelen ser complicadas de ges-

tionar y que existen otras opciones, como el acceso remoto al PC de Citrix, que permite “acceder a mi escritorio con las mismas aplicaciones, mismo interfaz, mismo look&feel y con el protocolo nativo de Citrix para poder acceder a sus aplicaciones de la manera más segura y trabajar como en la oficina”.

Este nuevo modelo de trabajo en el que nos hemos visto inmersos por una parte nos ha alejado de los compañeros a los que veíamos prácticamente todos los días, pero también nos ha acercado, gracias a esas múltiples videoconferencias, a gente con la que antes no teníamos apenas relación. ¿Cómo han impactado esas dos tendencias en el trabajador remoto? “Al principio fue un shock”, aseguró M<sup>a</sup> José Fernández, añadiendo que ahora se ha instaurado un modelo híbrido en el que “vamos sumando las relaciones personales y las relaciones digitales que ahora ya son cercanas a mí”.

La tecnología se ha democratizado. Por un lado, la pyme tiene acceso a herramientas tecnológicas para igualarse en muchos aspectos a grandes empresas, y también las grandes empresas tienen acceso a herramientas más ligeras o menos costosas y más sencillas de utilizar. Para Agustín Sánchez Fonseca, “el principal inconveniente para no disfrutar de estas ventajas y de esta democratización de la tecnología es la cultura, el

**it** whitepapers **SOPHOS ADAPTIVE CYBERSECURITY ECOSYSTEM**

Sophos Adaptive Cybersecurity Ecosystem (ACE), o ecosistema de ciberseguridad adaptativa de Sophos, es un sistema integral diseñado para optimizar la prevención, la detección y la respuesta. Protege la nueva realidad de los sistemas empresariales interconectados, y sirve como defensa frente al cambiante panorama de la ciberseguridad que ahora combina la automatización con el hacking humano en vivo.

inmovilismo y cierta resistencia por parte de algunos fabricantes y operadores con modelos perversos que retienen, por lo menos en el ámbito de las comunicaciones, a las pymes y a las no tan pymes”.

Siguiendo con el concepto “descomplicar”, dijo Sergio Martínez que modelos como Zero Trust, que se han visto reforzados por la pandemia “lo que intentan es utilizar tecnologías que lo hagan más fácil, pero sin fiarse ni confiar en nadie, ni siquiera en los accesos pri-





**“Esperar que sea el empleado quien de forma proactiva y continuamente esté actualizando todo el software no es realista”**

**GUILLERMO FERNÁNDEZ,  
IBERIA SALES ENGINEER MANAGER,  
WATCHGUARD**

vilegiados con los que hay que tener mucho cuidado”. Aseguró además que el futuro de la seguridad de la red está en el cloud, que la nube pública crecerá esta año un 35% y que las VPN serán sustituidas por tecnologías Zero Trust en casi un 60%.

“El trabajador remoto ha sufrido muchas amenazas y ha sido punto de mira durante

este último año por ese aislamiento, y eso ha supuesto no solo un aumento del phishing, sino llamadas de falsos servicios técnicos o casos de ransomware que se han propagado desde la VPN a toda la red en más de una empresa”, puntualizó Iván Mateos. La solución, para el experto de Sophos, es contar con un ecosistema de seguridad que incluso disponga de un servicio de gestión de amenazas para que, si todo falla, si consiguen entrar, se pueda actuar en minutos.

Por último, preguntamos a Guillermo Fernández cómo cree que deben gestionarse las vulnerabilidades de los sistemas operativos y aplicaciones de terceros ahora que ni los empleados ni sus equipos están en la oficina. Empezó recordando que en un 80% de los ataques se están explotando vulnerabilidades que ya han ido corregidas previamente y que su experiencia es que los clientes “no son conscientes de cómo está la situación de todo su parque, y más en este entorno tan distribuido como tenemos ahora”. Esperar que sea el empleado quien de forma proactiva y continuamente esté actualizando todo el software no es realista, concluyó este experto, proponiendo que haya una capa por encima que lo automatice, que sea muy sencillo, que los empleados no tengan que hacer nada y que para el administrador no suponga una sobrecarga. ■

**it** whitepapers **IMPLEMENTACIÓN DE REDES DE CONFIANZA CERO EN LA ERA DEL COVID-19**

Implementación de Redes de Confianza Cero en la Era del COVID-19

WatchGuard

La respuesta al coronavirus no tiene precedentes y este experimento del “trabajo desde casa” lleva a muchas empresas a un territorio decididamente desconocido. Con la mayor parte de los usuarios finales trabajando ahora de forma remota, los enfoques de seguridad de confianza cero pueden ayudar a mantener la continuidad y la seguridad.

**Si te ha gustado este artículo,  
compártelo**



# Mejorando la experiencia del trabajador remoto: propuestas tecnológicas



**“Lo importante es poder dar la misma experiencia al usuario esté donde esté” (Citrix)**



**“La cultura de la empresa y del empleado son claves en el nuevo modelo de trabajo remoto” (Grenke)**



**“Para el trabajo híbrido no vale cualquier dispositivo” (HP Inc.)**



**“La oferta de centralita y contact center básico de NFON cubre las necesidades del teletrabajo” (NFON)**



**“Cinco ideas para una nueva ciberseguridad” (SonicWall)**



**“Hay que dejar de pensar en soluciones Frankenstein para empezar a hablar de ecosistemas” (Sophos)**



**“El teletrabajo nos hace más frágiles a los ataques de phishing” (WatchGuard)**

# Cambio de la Seguridad TI en entornos de Teletrabajo



Sophos ACE, hacia un ecosistema de ciberseguridad adaptativo  
Haga frente a las nuevas ciberamenazas con soluciones coordinadas.

**SOPHOS**

Más información





# Del Big Data al Small & Wide Data

Según Gartner, para el año 2025 el 70% de las organizaciones habrán cambiado su enfoque de Big Data a Small & Wide Data, lo que les proporciona un nuevo contexto para el análisis de datos y la inteligencia artificial. Porque a raíz de la pandemia muchos modelos de IA y aprendizaje automático han quedado invalidados, lo que requiere nuevas formas de aplicar los datos en los procesos de toma de decisiones.

Los modelos de entrenamiento de inteligencia artificial y aprendizaje automático se alimentan de datos históricos, pero a raíz de la pandemia el comportamiento de consumidores, socios y clientes ha cambiado de forma drástica, alterando los patrones previos e invalidando el trabajo de entrenamiento

de algoritmos. Por ello, según los expertos de Gartner, para el año 2025 el 70% de las organizaciones va a cambiar su enfoque de Big Data hacia un de Small & Wide Data.

Según Jim Hare, vicepresidente de investigación de Gartner, "las interrupciones como la pandemia de COVID-19 están provocando que

los datos históricos que reflejan las condiciones pasadas se vuelvan obsoletos rápidamente, lo que está rompiendo muchos modelos de producción de IA y aprendizaje automático (ML). Además, la toma de decisiones por parte de los humanos y la inteligencia artificial se ha vuelto más compleja y exigente, y depende de

masiado de los enfoques de aprendizaje profundo hambrientos de datos”.

Para hacer frente a la nueva situación, los expertos recomiendan a los líderes de D&A que recurran a nuevas técnicas de análisis conocidas como Small Data y Wide Data. Hare explica que mediante estas técnicas serán “capaces de utilizar los datos disponibles de manera más eficaz, ya sea reduciendo el volumen requerido o extrayendo más valor de fuentes de datos diversas y no estructuradas”.

Small Data requiere menos datos para proporcionar información con valor comercial, emplean-

do ciertas técnicas de análisis de series de tiempo o datos sintéticos o aprendizaje auto-supervisado. Wide Data permite el análisis y la sinergia de muchas más fuentes de datos, tanto estructuradas como no estructuradas, de pequeño o gran tamaño. Esta metodología trata de encontrar enlaces entre las variadas fuentes de datos y es capaz de trabajar con gran cantidad de formatos, como texto, imágenes, video, audio, formularios y toda clase de datos provenientes de sensores de diversa naturaleza.

Hare explica que “ambos enfoques facilitan análisis e inteligencia artificial más robustos, re-


duciendo la dependencia de una organización del Big Data y permitiendo un conocimiento de la situación más rico y completo, o una vista de 360 grados”. Y comenta que actualmente “los líderes de D&A aplican ambas técnicas para abordar desafíos como la baja disponibilidad de datos de capacitación o el desarrollo de modelos más sólidos, mediante el uso de una variedad más amplia de datos”.

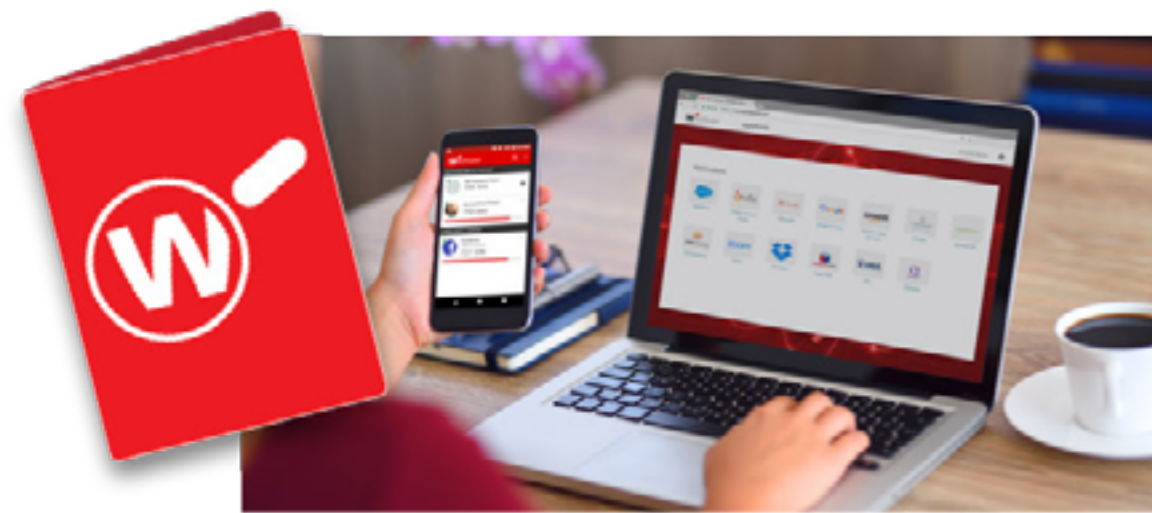
Los casos de uso más avanzados actualmente para el Small & Wide Data son la previsión de la demanda en el comercio minorista, y la inteligencia emocional y del comportamiento en tiempo real en la atención al cliente, lo que permite la hiperpersonalización y la mejora de la experiencia del cliente. Pero también está encontrando utilidad en la seguridad física, la detección de fraudes y los sistemas autónomos adaptativos, como los que rigen el funcionamiento de los robots con capacidades de aprendizaje a través de la experiencia y los datos que recogen del entorno. ■



### MÁS INFORMACIÓN

 [Las empresas españolas destacan en la incorporación de la inteligencia artificial](#)

 [Las empresas buscan profesionales con una mente analítica](#)



# Passport. Trabaja sin inconvenientes.

WatchGuard Passport ofrece a tus empleados la seguridad en la nube que necesitan para trabajar sin inconvenientes desde la oficina, en casa o cualquier otro lugar. Cada servicio del paquete de Passport proporciona protección permanente y siempre activa que se mueve con el usuario.



## Autenticación multifactor

Autentique a las personas y aplique una sólida autenticación multifactor en las VPN, las aplicaciones cloud, los endpoints y más.



## Protección siempre activa

Proteja a los usuarios en Internet, bloquee los intentos de suplantación de identidad y aplique la política web en cualquier lugar y en cualquier momento sin necesidad de una VPN.



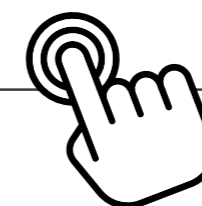
## Respuesta inmediata

Responda mediante la detección y eliminación de malware y amenazas, y contenga el ransomware y los canales de mando y control (C&C) relacionados.

+34.917.932.531

spain@watchguard.com

www.watchguard.com



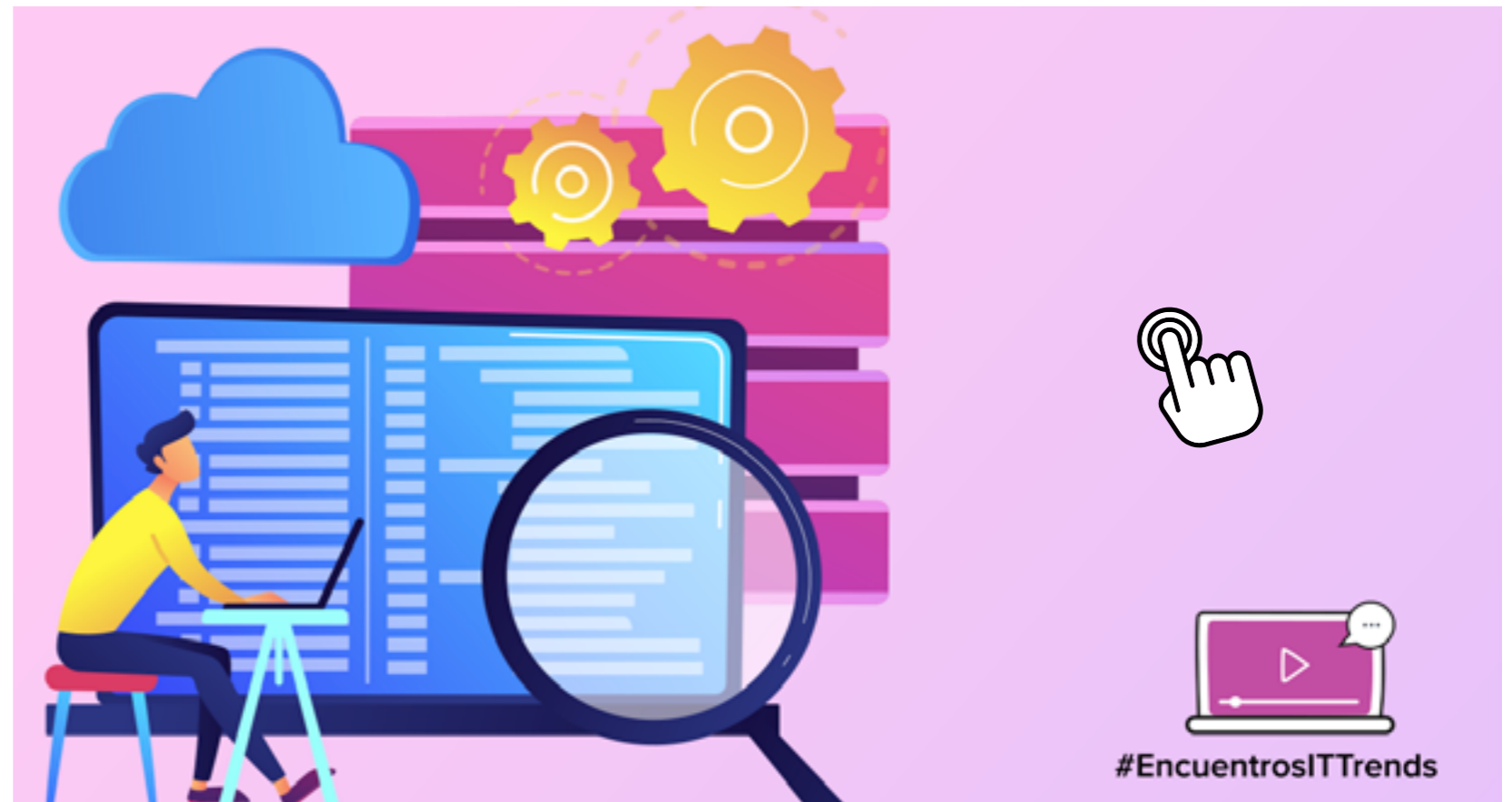
#ENCUENTROSITRENDS

# Entendiendo la Era del dato: tecnologías y propuestas para gestionar la datificación

**A**ctualmente se generan datos de todo lo que ocurre en el mundo digital y más allá. Las empresas, las personas, los sensores, las tecnologías... todo movimiento produce hoy en día datos que deben capturarse, almacenarse, analizarse, entenderse, hacer accesibles, garantizar su disponibilidad, protegerse... Y todo ello independientemente de su naturaleza, magnitud o uso.

Con los datos, las empresas están construyendo hoy sus estrategias empresariales, pero sin una correcta gestión en cada una de sus fases, se pierde el valor del llamado "petróleo del siglo XXI".

En este Encuentro IT Trends, celebrado bajo el título Entendiendo la [Era del dato: tecnologías y propuestas para gestionar la datificación](#), hemos abordado los últimos enfoques tecnológicos para hacer que esta era del dato aporte valor a cada una de las estrategias empresariales, y, para ello, hemos reunido a un amplio grupo de expertos, tanto en el ámbito académico como en el empresarial. Así, hemos contado con las opiniones de Alfonso Castro,



director del Máster en Data Science & Big Data en el Centro Universitario U-tad; Santiago Moral Rubio, director de DCNC Sciences; Quique Sánchez Candorcio, director comercial para

EMEA de Ikusi; Ramsés Gallego, International Chief Technology Officer de CyberRes, a Micro Focus line of business; e Israel Serrano, director regional para Sur de Europa de Scality. ■

#ENCUENTROSITRENDS

# El dato como activo de valor para las organizaciones

La datificación es un proceso por el que se plasma un fenómeno en un formato cuantificado para su tabulación y análisis en un dato. Es una carrera imparable y con numerosas aplicaciones. Para entenderlas y conocer el futuro de estas ciencias que se pueden aplicar a los datos, Alfonso Castro, director del Máster en Data Science & Big Data en el Centro Universitario U-tad, y Santiago Moral Rubio, director de DCNC Sciences, ahondaron en el primer debate del Encuentor IT Trends [Entendiendo la Era del dato: tecnologías y propuestas para gestionar la datificación](#), en la importancia de los datos para las estrategias corporativas y el comportamiento futuro de esos datos. Hoy, ya se suben cada minuto alrededor de 500 horas de vídeo en YouTube, mientras que la suma de las diferentes actividades digitales, como redes sociales, banca on-line... generan una cantidad de bits equivalente a un 1 seguido de 21 ceros, lo que nos deja sobrecargados de información.

itTRENDS

#EncuentrosITrends

(De arriba hacia abajo) Alfonso Castro (Centro Universitario U-tad) y Santiago Moral Rubio (DCNC Sciences), en un momento del debate. **Clica en la imagen para ver el vídeo**





**“Ahora, esas arquitecturas que las empresas tenían que levantar on-premise para la gestión de datos, con un coste importante, pueden ser usadas en modo cloud, permitiendo una democratización del dato, siendo capaces de gestionar los datos para decidir y hacer predicciones sin grandes inversiones”**

### **ALFONSO CASTRO, CENTRO UNIVERSITARIO U-TAD**

La importancia del dato está generando un mayor interés por parte de los profesionales y un acercamiento estratégico de las empresas. En palabras de Alfonso Castro, “esta cantidad ingente de datos proporcionan un conocimiento más profundo de su organización, y lo que hacen es

incrementar el beneficio de las mismas. Estas empresas son capaces de orientar toda su estrategia al dato, y, a partir de estos, tomar decisiones de negocio. Un ejemplo es el sector de la Banca. En nuestro móvil tenemos información anticipada de la estimación de nuestros gastos o, si pedimos

un crédito, vamos a tener una respuesta basada en un análisis que se apoya en una información tan variada como, por ejemplo, cómo navegas por la propia aplicación. Las empresas financieras son un claro ejemplo de cómo se aprovecha el Big Data. Pero hay otros sectores, como la Fórmula 1, donde se analizan 400 canales de datos en tiempo real para saber cómo está el coche y ser capaces de ganar o no una carrera”.

Pero, ¿cómo ha evolucionado este interés por el dato en las empresas? Para Santiago Moral, “estamos viendo que, cuanto más jóvenes son las empresas, antes crean un modelo competitivo frente a las ya asentadas que es paradigmático, porque todas las nuevas empresas se basan en datos. Todas las compañías, tecnológicas o no, se están basando en datos. No hay ninguna que esté naciendo ahora que no piense en una estrategia comercial, de negocio o de posicionamiento que no pase por estar analizando los datos de su actividad comercial, de negocio y operativa. Sin embargo, las empresas muy establecidas tienen dificultades para asumir esta tendencia y esta velocidad. Lo que genera es un mercado importante de transformación digital poniendo siempre en el eje de todos los proyectos el dato. Es el elemento sobre el que se construye todo lo demás. Por tanto, tener buenos profesionales que puedan trabajar esa información y puedan proponer ideas de cambios operativos transformacionales, es el quid de la siguiente revolución

industrial que tenemos en marcha: la revolución industrial del dato”.

### EL IMPACTO DEL VOLUMEN

La generación exponencial e imparable de datos está impactando en el mundo tecnológico. Según Santiago Moral, “se está generando una situación curiosa e inesperada. Hace unos años pensábamos que iba a ser inmanejable por el volumen, pero están surgiendo tecnologías que, con menor coste y consumo, son capaces de manejar muchísimos más datos. El ejemplo más claro son los modelos de ciencia de datos. Ahora mismo, un modelo analítico bien basado en ciencia de datos es capaz de analizar volúmenes exponencialmente superiores a los de hace diez años, y de almacenarlos. Pensar en modelos basados en estructuras de datos no clásicas es complicado desde un punto de vista tradicional, pero existe tanto la tecnología base como los algoritmos para manejar volúmenes de datos que hace un lustro eran impensables”.

En opinión de Alfonso Castro, “Big Data no es solo un gran volumen de datos, sino que es información procedente de muy diversas fuentes, de diferentes tipos, estructurados y no estructurados o semiestructurados, y que cambian con mucha rapidez. El tratamiento de esta información resulta muy complejo. Por eso, hace algunos años comenzaron a afianzarse nuevas arquitecturas y tecnologías de programación, procesamiento y almacenamiento de datos distribuidos, que nos permitió abordar la



**“Tener buenos profesionales que puedan trabajar la información y proponer ideas de cambios operativos transformacionales, es el quid de la siguiente revolución industrial que tenemos en marcha: la revolución industrial del dato”**

**SANTIAGO MORAL RUBIO, DCNC SCIENCES**

realidad de Big Data. Ser capaces de generar valor a partir de los datos y su análisis. Hemos contado con algoritmos que han podido ejecutar estos modelos basados en estas arquitecturas. Pero, incluso estas arquitecturas que las empresas tenían que levantar on-premise, con un coste importante, pueden ser usadas en modo cloud, permitiendo

una democratización del dato, siendo capaces de gestionar los datos para decidir y hacer sus predicciones, sin grandes inversiones”.

### EL FUTURO DE LOS DATOS

Los datos han evolucionado, tanto por volumen como por tipología. Pero, ¿qué podemos esperar

a partir de ahora? En palabras de Alfonso Castro, “el análisis de datos es una técnica que se ha usado desde hace mucho tiempo. Todos recordamos conceptos como Business Intelligence, que lo que nos aporta es la primera parte de la analítica de datos. Pero, a partir de un conjunto de métricas se obtienen cuadros que permiten a las empresas tomar decisiones estratégicas. Pero esto ha evolucionado a una analítica de datos, que facilita, a partir de estas arquitecturas distribuidas de procesamiento y almacenamiento de datos, ser capaces de manejar algoritmos que no eran capaces de ser ejecutados en los plazos de tiempo necesarios. Ahora conseguimos ejecutarlos y generar modelos predictivos y prescriptivos que nos hacen anticipar qué es lo más probable que vaya a ocurrir, o nos capacitan para predecir las situaciones que podremos abordar en la empresa”.

En opinión de Santiago Moral, “uno de los cambios que más está costando en las empresas, es pasar de modelos puramente exactos a modelos de comportamiento aleatorio. Cuando acabas el programa sólo has empezado a trabajar, y esto es complicado para las unidades de negocio y de tecnología. Ahora, el científico de datos tiene que estar pegado al algoritmo para ayudar a este algoritmo a seguir aprendiendo y evolucionando. Pasamos de una informática determinista, con una cadena de valor en la que cuando uno acaba empieza otro, a una informática no determinista, donde la efectividad siempre es relativa, las me-

diciones tienen que ser permanentes. Otro gran cambio que nos viene, y que estamos a ver cómo lo desarrollamos, es el de la ética de los algoritmos. Como cada vez ponemos más decisiones de forma automática en algoritmos, y estos aprenden de los datos, si los datos tienen sesgo, el algoritmo va a tener un comportamiento sesgado, aunque el propio algoritmo no lo tenga. La calidad del resultado tiene que ver con la calidad de la entrada. Pero son dos modelos que nos cambian mucho la forma de pensar”.

### **POTENCIANDO LAS CAPACIDADES PARA ANALIZAR LOS DATOS**

A nivel de tecnologías, según Santiago Moral, “vamos a arquitecturas basadas en que jamás se borra. Esto hace que podamos tener sistemas de procesamiento casi infinitos. Estamos mezclando tecnologías, on-premise o en la nube, con posibilidades casi infinitas de almacenamiento, capacidades enormes de procesamiento, y con modelos donde la aplicación de la ciencia de datos exige menos conocimientos de la propia ciencia de datos. Son tecnologías que se van mucho de los modelos clásicos de bases de datos, muy basadas en tecnologías No-SQL, integrando datos no estructurados con estructurados, modelos en los que nunca se borra... tecnologías como Elastic en Amazon o BigQuery en Google. Y todo esto con programación en diferentes lenguajes”. Para Alfonso Castro, “debe-

mos hacer una división clara entre la gestión de datos y el análisis de datos. Dentro del análisis de datos, las tecnologías son las relacionadas con algoritmos de IA que permiten esos modelos para predecir y abordar el análisis de datos. Dentro de estos modelos, hay dos, fundamentalmente: los asociados a Machine Learning y los asociados al Deep Learning. En el primer caso, entrenamos el modelo con algunos datos y usamos otros para realizar las predicciones. En el segundo, se basan en algoritmos de redes neuronales que toman como referencia el funcionamiento del sistema nervioso. A nivel de gestión del dato, tenemos que ser capaces de manejar todos estos elementos para que el entorno funcione correctamente. Y abordar diferentes elementos, como la calidad del dato, la seguridad del dato, la integración de datos de diferentes fuentes, cómo se almacenan, cómo se operan... En este punto, estamos trabajando en la creación de frameworks que generen procesos claramente definidos para que cada uno de los participantes sepan lo que tienen que hacer en cada momento. No son solo avances tecnológicos, sino también en los procesos”. ■

**Si te ha gustado este artículo,  
compártelo**



#ENCUENTROSITRENDS

# Maximizando el valor del dato

Tenemos una huella digital enorme. De hecho, el recuento de los datos del año pasado alcanza los 59 Zetabytes. Pero este número, de por sí muy grande, está creciendo con una tasa anual compuesta del 61%. Si esto lo trasladamos a las empresas, supone un gran volumen de información.

**A** sí las cosas, los retos que planean los datos a las empresas son muchos, y para saber cómo responde la tecnología a ellos se abordaron las posibilidades tecnológicas junto a Quique Sánchez Candorcio, director comercial para EMEA de Ikusi; Ramsés Gallego, International Chief Technology Officer de CyberRes, a Micro Focus line of business; e Israel Serrano, director regional para Sur de Europa de Scality, en la segunda mesa de debate de este Encuentro IT Trends, [Entendiendo la Era del dato: tecnologías y propuestas para gestionar la datificación.](#)

## RETOS CON LOS QUE ENFRENTARSE

¿Cuáles son las dificultades para almacenar, proteger, analizar o aprovechar toda la información que circula por las empresas? En opinión de Quique Sánchez, “son muchas, pero cuestiones como quién es el dueño del dato, la gestión distribuida, múltiples accesos, diferentes fuen-

**(De arriba hacia abajo) Quique Sánchez Candorcio (Ikusi), Ramsés Gallego (CyberRes, a Micro Focus line of business) e Israel Serrano (Scality). Clica en la imagen para ver el vídeo.**



**“Almacenar datos que no tienen utilidad tiene un coste, y hay que saber cuándo y cómo eliminarlos”**

**QUIQUE SÁNCHEZ CANDORCIO,  
IKUSI**

tes, un contexto hiperconectado, un volumen ingente... convierten en cruciales temas como el almacenamiento, la seguridad, la migración de los datos... y la capacidad de establecer cuál es el dato útil, porque no todos los datos son útiles. Almacenar datos que no tienen utilidad tiene un coste, y hay que saber cuándo y cómo eliminarlos. Estos puntos se convierten en cruciales, sobre todo para la seguridad”.

En palabras de Ramsés Gallego, “estas dificultades pasan por entender el contexto glo-

bal en el que ya no solo la pandemia, sino el mundo en general nos ha llevado. Pero, sin duda, la pandemia acelera la necesidad de un trabajo remoto. La dificultad está en entender que, si todos los datos no son creados de la misma manera o con la misma finalidad, por qué debemos protegerlos, gestionarlos, maximizarlos... de la misma manera. Si los datos no tienen el mismo valor, deberíamos acercarnos a ellos de forma desacoplada, de manera distribuida. Ciertamente es que con políticas centralizadas y simplificadas, pero con una voluntad de maximización no solo de un dato, sino de los datos en su conjunto, para que se convierta en información. Lo contrario del gobierno no es el desgobierno del dato, que de por sí es malo, sino la complacencia, asumir que no tiene el valor suficiente el dato que estamos creando y protegiendo”.

Desde el punto de vista de Israel Serrano, “hay que analizar si los datos que se están almacenando tienen valor o no, y la dificultad para las empresas es poder hacer ese análisis a priori. Muchas veces no sabes si tiene valor hasta que no lanzas el proceso de análisis. Lo más importante para las empresas es que sean capaces de hacer económicamente factibles este tipo de iniciativas. Este componente económico es muy importante, así como la decisión de dónde quieren guardar estos datos, con elementos económicos, técnicos y de legislación”.

**it** whitepapers

### ENTENDIENDO LA ERA DEL DATO

En un entorno empresarial cada vez más complejo, con realidades híbridas, una computación que se reparte tanto en la nube como en el extremo, con millones de dispositivos conectados, y con un acceso por parte de los usuarios desde cualquier lugar y en cualquier momento, la gestión de los datos es un elemento fundamental. A partir de una adecuada y correcta gestión de los datos, es posible tomar las mejores decisiones para el negocio, apoyándose en las tecnologías más adecuadas en cada caso y modelo, pero analizando las operaciones de cada cliente como punto de partida para transformar el negocio de la mejor manera posible.

### INCREMENTO DE VOLUMEN Y DE COMPLEJIDAD DE LOS ENTORNOS

¿Qué herramientas serían básicas para poner cierto orden en la situación que enfrentan las empresas? Según Ramsés Gallego, “hay que aplicar principios básicos de efectividad y eficiencia. No se trata solo de hacer las cosas bien, sino de hacerlas



**“La dificultad está en entender que si todos los datos no son creados de la misma manera o con la misma finalidad, por qué debemos protegerlos o gestionarlos de la misma manera”**

**RAMSÉS GALLEGO, CYBERRES,  
A MICRO FOCUS LINE OF BUSINESS**

correctamente. Otro axioma es que el trabajo es lo que se hace, no donde se está, de ahí que sean fundamentales herramientas de archivado, de resiliencia, de gestión y gobierno del contenido, de protección, de analítica avanzada...”

Para Israel Serrano, “tenemos que hacer que los proyectos sean viables. Da igual que el dato tenga valor o no, si el proyecto no es viable, no lo vamos a saber nunca. Hay que ser capaces de establecer entornos de analítica de pruebas de concepto. Hay que facilitar que las empresas tengan resultados rápidos para poder evaluar si el proyecto tiene sentido. Además, tenemos que ser capaces de facilitar nuevos modelos de consumo de nuestros productos, movernos hacia modelos de pago por uso o de suscripción. Asimismo, como no todos los datos son iguales, no podemos tratarlos igual. Hay que analizar el coste por terabyte. No puedes pedir el mismo coste a todos los datos, porque para obtener el mismo valor necesitas más datos, y el coste debe estar ajustado al valor que van a proporcionar. Por último, si vamos a trabajar con datos no estructurados, no podemos estar trabajando con las mismas herramientas de las últimas décadas. Y aquí es importante el cambio de paradigma y mirar al almacenamiento de objetos”.

Desde la perspectiva de Quique Sánchez, “las herramientas son múltiples y variadas, pero es esencial la correcta organización de los datos, dónde tiene que estar para tener un acceso en tiempo real, y luego la correcta identificación y almacenamiento. Quizá es más sencillo con los datos estructurados, pero también hay que hacerlos con otros da-

**it** whitepapers **CONVERTIR LOS DATOS EN ACCIONES**

**Turning Data into Action**  
The Evolution of Data and the Case for Information Management and Governance

La información es el elemento que mueve las empresas en la Economía Digital. Son los datos la materia prima para poder tomar las mejores decisiones y aplicarlas al negocio como parte de la ejecución de la estrategia. No contar con una adecuada política o las correctas herramientas para la gestión y gobierno de los datos puede provocar desde decisiones erróneas para el negocio a brechas de seguridad con consecuencias catastróficas para la empresa.

tos, que tienen que confluir con los datos estructurados. Si bien esto es básico, también lo es la trazabilidad que hemos de tener de estos datos. Hablamos también de correlación y coherencia de los mismos, para empezar a hablar de información y no solo de datos”.



**“Hay que analizar si los datos que se están almacenando tienen valor o no, y la dificultad para las empresas es poder hacer ese análisis a priori”**

**ISRAEL SERRANO, SCALITY**

### INNOVACIÓN EN TORNO AL DATO

En palabras de Israel Serrano, “hay mucha innovación en muchas áreas. En nuestro caso, en la infraestructura que soporta estos datos. La innovación es el uso de protocolos y estructuras de datos que se adaptan mejor al tipo de datos que se están generando. Para 2024, según IDC, hablamos de 138 ZB de datos generados, de los que el 80% van a ser no estructurados. Tenemos que ser capaces de dotar a las empresas de las

herramientas necesarias para analizar toda esta ingente información para extraer el verdadero valor. En términos de innovación, la pieza fundamental es el metadato, que me permite dotar de valor, de contexto de información adicional a un dato según va pasando por los diferentes procesos de negocio. Y esto permite a las organizaciones identificar si tiene valor. Por otra parte, cuando piensas dónde colocar el dato, no es algo que sea inamovible. Necesitamos que sea ubicuo y no tengamos la necesidad, a priori, de definir dónde está, salvo por criterios económicos, de negocio o legales, y tenemos que proporcionarles las herramientas para que puedan tomar la decisión adecuada”.

En opinión de Quique Sánchez, “el mayor impacto dentro de la gestión del dato lo está teniendo la Inteligencia Artificial, y es curioso, porque la IA tiene como punto de partida el dato, pero la mejora de la limpieza de datos para la propia calidad del dato se apoya en la propia Inteligencia Artificial. Por otra parte, podemos analizar dónde estamos obteniendo mayor beneficio del dato en base a la analítica. Y, pensando en la protección, encontramos la detección de amenazas analizando riesgos en tiempo real”.

En palabras de Ramsés Gallego, “en una era compleja y cambiante, todos hablamos de transformación y disrupción, pero hay que apostar por la innovación radical, haciendo las cosas de forma diferente. Hay que enriquecer el dato empleando

**it whitepapers** **ALMACENAMIENTO DE DATOS EN CLOUD HÍBRIDA A ESCALA**

La solución de almacenamiento escalable Scality RING, definida por software, permite a las empresas y proveedores de servicios cloud ejecutar servicios de datos enriquecidos, a escala petabyte, como aplicaciones web, vídeo bajo demanda, archivos activos, archivos de cumplimiento y nubes de almacenamiento privado.

IA y Machine Learning, y aprovechar los beneficios que aportan los algoritmos enriqueciendo los datos a cada paso. Cuando tienes inteligencia de datos para poder correlacionar los datos, es algo tremendamente innovador, un salto cualitativo y cuantitativo en la gestión del dato”. ■

**Si te ha gustado este artículo, compártelo**



## Entendiendo la Era del dato: tecnologías y propuestas para gestionar la datificación



**“El dato es un valor que hay que convertir en información para tomar decisiones”, Ikusi**



**“Es fundamental proteger a las personas y la información”, CyberRes, a Micro Focus line of business**



**“La tecnología debe ser capaz de manejar la ubicuidad del dato”, Scality**



# Aryse 360<sup>☁</sup>

## UNA SOLUCIÓN INTEGRAL AVANZADA PARA TODAS TUS NECESIDADES

Te presentamos Aryse 360, la única solución integral de la industria que unifica **Conectividad**, **Seguridad** y **Colaboración** para que solo tengas que preocuparte de tu negocio.

CUOTA MENSUAL,  
TODO INCLUIDO. HW, SW,  
MANTENIMIENTO  
Y SERVICIOS  
PROFESIONALES.



[www.aryse360.com](http://www.aryse360.com)



OPINIÓN

# Asegurando la calidad del dato con Data Quality



Paula Gómez,  
Head of Data & Adtech  
de Making Science

En el entorno de la analítica digital manejamos multitud de plataformas que nos ofrecen infinidad de métricas que debemos monitorizar para cada uno de nuestros activos digitales. Y es nuestro deber conocer perfectamente las peculiaridades de medición de cada una de estas herramientas para poder tomar las mejores decisiones.

En algún momento todos hemos sufrido el desasosiego de ver cómo, a pesar de disponer del mejor equipo técnico y llevar a cabo una implementación impecable en las plataformas de medición, obtenemos datos o métricas que suelen presentar ciertas discrepancias.

Los motivos de estas desviaciones de datos pueden ser diversas; desde que el tracking code no está presente en todas las páginas del site: puede ocurrir en sitios muy grandes o con una arquitectura compleja, la aplicación incorrecta de filtros de datos, inadecuada identificación de referrals, inclusión de auto-referrals o spambots, entre otros, distintos criterios para la asignación de la conversión o el rechazo de 3rd party cookies por parte del usuario.

Y estas solo son algunos de los posibles problemas que pueden surgir, entre muchos otros.

Si este es tu caso (spoiler: no existe receta mágica), seguramente este artículo puede re-

sultar útil o, al menos, trataremos de que esa situación te resulte más llevadera.

Con la finalidad de identificar rápidamente y resolver discrepancias de datos entre plataformas de medición y publicidad, detectar posibles cambios de tendencia, o incluso analizar la influencia de cambios en los sites, en Making Science contamos con nuestra solución Data Quality para asegurar la calidad de los datos controlando desviaciones y anomalías. Su funcionamiento es el siguiente:

**1. Seleccionamos las plataformas de medición y publicidad** que deseamos incluir en la comparativa así como los indicadores clave

**“Dado que nuestro objetivo siempre es optimizar la inversión y tomar rápidamente decisiones eficaces tratando de minimizar estas discrepancias, la mejor forma de conseguirlo es monitorizando la evolución de todas las métricas importantes para el negocio”**

a monitorizar. El sistema permite contrastar la información procedente de cualquier plataforma que disponga de exportación de datos a Bigquery.

**2. Sólo se requiere implementar en la web y en el Tag Manager el pixel Data Quality de Making Science**, y a partir de ahí podremos monitorizar el rastreo y la medición de cualquier evento, interacción o conversión que nos interese.

**3. Toda la información será analizada en Bigquery.** Cuando haya una discrepancia relevante entre los parámetros, el sistema generará una alerta por correo electrónico, con el fin de poder anticiparnos y tomar medidas correctoras. Dispondremos un dashboard automatizado en Data Studio para tener una visibilidad completa de todos los KPI claves de nuestro negocio.

Definiendo los procedimientos de supervisión adecuados, implementando mecanismos

para alcanzar una visibilidad completa de los principales parámetros de negocio en las diferentes plataformas de medición, dispondremos de un seguimiento del rendimiento de nuestros activos en todos los niveles para prevenir posibles contratiempos.

Dado que nuestro objetivo siempre es optimizar la inversión y tomar rápidamente decisiones eficaces tratando de minimizar estas discrepancias, la mejor forma de conseguirlo es monitorizando la evolución de todas las métricas importantes para el negocio.

Disponer de este tipo de soluciones que generan alertas automáticas cuando detectan ciertos cambios de tendencia, resultan vitales para el día a día de cualquier analista y/o responsable de negocio, y hacen que la organización que dispone de este tipo de soluciones se anticipen a la pérdida de datos y posean, gracias a ello, una visión real y completa de la actividad de su negocio. ■



### MÁS INFORMACIÓN



[CRM y Marketing Automation en el centro de la estrategia de tu compañía](#)



[Cloud Migration: Apuesta por el futuro de tu organización en la nube](#)



[“Eliminar las cookies no significará que las empresas pierdan fuentes de información” \(Making Science\)](#)

**Si te ha gustado este artículo,  
compártelo**



OPINIÓN

# Siete razones por las que las plataformas de edge cloud complementan el enfoque multi-cloud



Gonzalo de la Vega,  
VP Strategic Projects, Fastly

**E**l 84% de las empresas adoptan ya estrategias multi-cloud para sacar el máximo partido a las diferentes soluciones y mejorar su resiliencia. Esta aproximación presenta algunos retos al aumentar la complejidad de las arquitecturas, los marcos de trabajo o la variedad de API. El borde de la red es cada vez más un potente ecosistema para el desarrollo de aplicaciones modernas que aporta mayor agilidad, control y seguridad a los equipos.

Las plataformas edge cloud se están convirtiendo en un complemento eficaz para los entornos multi-nube, que aporta una capa uniforme a la infraestructura, así como herra-

mientas para optimizar y aumentar su rendimiento y una mayor visibilidad.

## EL CRECIENTE ATRACTIVO DE LA MULTI-CLOUD

El enfoque multi-cloud gana adeptos por algunas de sus ventajas clave. En primer lugar, la gestión de costes, ya que permite aprovechar los puntos fuertes de cada nube, asignando un proveedor de bajo coste para el almacenamiento en frío, y un presupuesto mayor para servicios avanzados como machine learning, por ejemplo. Es importante también la agilidad a la hora de desplegar nuevas aplicaciones y servicios allí donde mejor se adapten, usando contenedo-

res y microservicios de diferentes proveedores. La resiliencia y la seguridad se ven favorecidas por la distribución de cargas de trabajo y servicios en varias plataformas. Finalmente, el enfoque multi-cloud mejora el rendimiento para los usuarios finales al permitir apoyarse en el proveedor con mejor presencia regional.

## VENTAJAS DE USAR UNA PLATAFORMA EDGE CLOUD CON UNA INFRAESTRUCTURA MULTI-CLOUD

Añadir una capa adicional en el edge resuelve algunos de los retos de trabajar con varios proveedores cloud. Estas son algunas de sus ventajas:

## “Incorporar una plataforma edge cloud a un entorno multi-cloud proporciona una capa uniforme sobre tu infraestructura en la nube que puede reducir enormemente la complejidad y aportar mejoras significativas en cuanto a visibilidad, rendimiento y seguridad”

**1 Enrutamiento de solicitudes independientemente de la infraestructura:** Las decisiones sobre balanceo de carga se toman en la capa 7 en lugar de en la capa DNS, lo que permite crear reglas personalizadas para enrutar el tráfico de manera inteligente o incluso realizar pruebas de forma segura encaminando una fracción del tráfico de producción al nuevo sitio o servicio.

**2 Sistema de recuperación de fallos y redundancia:** Las plataformas de edge cloud pueden redireccionar instantáneamente el tráfico o sistema de recuperación de fallos a una nube o región secundaria si falla el origen.

**3 Reducción de las solicitudes enviadas a los proveedores:** Es posible asegurar que solo pase una petición al origen, independientemente de cuantas solicitudes simultáneas se reciban en el edge para un único objeto, reduciendo costes de tráfico de origen y procesamiento y mejorando la resiliencia y el índice de aciertos de caché.

**4 Supervisión en tiempo real y solución de problemas:** Proporciona la visibilidad necesaria para entender cómo los clientes utilizan las

aplicaciones y servicios, y diagnosticar problemas en cualquier lugar de la red, ya que permite transmitir logs desde el edge en tiempo real.

**5 Desarrollo de aplicaciones modernas y microservicios en el edge:** Trasladar la lógica de los microservicios al edge evita la complejidad que supone replicarlo en cada plataforma cuando se busca estar más cerca de los usuarios.

**6 Una capa adicional de seguridad en el edge:** Una plataforma edge cloud proporciona un “paraguas” de seguridad uniforme, independientemente de cuántos orígenes o nubes se utilicen, y con un impacto mínimo en el rendimiento. El uso de un WAF o DDoS en el borde, permite capturar la mayor parte del ruido antes de que llegue a la infraestructura en la nube.

**7 Migración de datos sin tiempos de inactividad entre orígenes:** Puede configurarse para buscar contenidos en diferentes ubicaciones facilitando las migraciones cuando se cambia o se incorpora una infraestructura.

En definitiva, incorporar una plataforma edge cloud a un entorno multi-cloud proporciona una capa uniforme sobre tu infraestructura en

la nube que puede reducir enormemente la complejidad y, al mismo tiempo, aportar mejoras significativas en cuanto a visibilidad, rendimiento y seguridad. ■



### MÁS INFORMACIÓN



[Identificación de ataques web](#)



[“Decepcionar a los clientes cuando se acercan a nuestra plataforma puede resultar muy caro” \(Fastly\)](#)



[Guía para implementar una CDN moderna](#)



[La hoja de ruta de DevOps en materia de seguridad](#)

Si te ha gustado este artículo,  
compártelo





## CÓMO ELEGIR UNA BASE DE DATOS PARA TUS APLICACIONES MÓVILES

¿Cuáles son los criterios que nos deben ayudar a decidir cuál es la mejor opción para encontrar una base de datos para aplicaciones móviles? Este documento repasa alguno de los más importantes, como el soporte multiplataforma, la capacidad de almacenamiento local de datos, la capacidad de sincronización con resolución de conflictos, la facilidad de desarrollo, la seguridad, el modelado ágil de datos, el despliegue flexible o las opciones de topología.



## CLOUD MIGRATION: APUESTA POR EL FUTURO DE TU ORGANIZACIÓN EN LA NUBE

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



## IT TRENDS 2021. ASIMILANDO LA ACELERACIÓN DIGITAL

¿Qué tendencias tecnológicas dominarán en el año post-pandemia? En este informe de IT Research desvelamos las principales claves de las estrategias TI para este 2021.



## IDENTIFICACIÓN DE ATAQUES WEB

Los equipos de seguridad de las empresas se enfrentan a diferentes tipos de ataques de alto riesgo contra sus organizaciones. La pregunta es, ¿cómo pueden reconocer los cuatro tipos de ataques más peligrosos? Este documento ayuda a identificar los ataques tales como relleno de credenciales, uso indebido de una API, inyección de SQL y vulnerabilidades de la lógica de negocio.





# Impresión Digital

CENTRO DE RECURSOS



**La innovación  
es esencial para  
el futuro del  
mercado de impresión**

brother

# La innovación es esencial para el futuro del mercado de impresión

**E**n el mundo post- COVID el mercado tendrá dificultades para recuperarse al nivel previo a la pandemia después del repunte inicial registrado este año. La mayor caída se producirá en las ventas de plataformas analógicas utilizadas en la impresión y las publicaciones comerciales, que se espera desciendan un 1,9% en los próximos cinco años. El sector tendrá que innovar para recuperar el terreno perdido durante 2020.

Según el informe de Smithers, "El futuro de los equipos de impresión hasta 2026", el mercado global de equipos de impresión y acabado alcanzará los 15.900 millones de dólares en 2021. Los datos del informe muestran que los ingresos del mercado cayeron de 17.300 millones en 2019 a 13.200 millones en 2020, lo que representan 4.000 millones menos.

A pesar de registrar una recuperación tras la interrupción causada por la COVID-19, las perspectivas del mercado siguen siendo desafiantes hasta 2026. Esto dará prioridad a las nuevas tecnologías, los sistemas y servicios de





valor añadido y una mayor automatización, ya que los fabricantes de equipos de impresión buscan mantener la rentabilidad.

### LA IMPRESIÓN EN UN MUNDO POST-COVID

Smithers augura que en el mundo post-COVID el mercado tendrá dificultades para recuperarse al nivel previo a la pandemia después del repunte inicial registrado este año. El mercado será esencialmente plano, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) de menos 0,2% de 2021 a 2026 a precios constantes.

A lo largo del período 2021-2026, el mayor mercado para las ventas de equipos estará en Asia, especialmente en India y China. América del Norte y América Latina también verán aumentos moderados en las ventas de equipos, mientras que demanda disminuirá tanto en Europa occidental como en Europa oriental.

El impacto sísmico de la pandemia se está sintiendo en todos los sectores tecnológicos y mercados geográficos, pero no por igual. El

Todas las novedades sobre el mercado de impresión en #IMPRESIONIT



análisis de Smithers muestra que habrá pocos segmentos que continuarán expandiéndose a lo largo de la década de 2020, a medida que los compradores y proveedores de servicios de impresión se adaptan a un

entorno empresarial remodelado por la experiencia de la pandemia.

La mayor caída se producirá en las ventas de plataformas analógicas utilizadas en la impresión y las publicaciones comerciales, y algunos proveedores de servicios de impresión más pequeños se verán obligados a retirarse del negocio. Estas aplicaciones ya estaban en declive con la caída de los volúmenes de impresión a lo largo de la década de 2010, ahora exacerbada por la COVID. Smithers prevé un descenso interanual del 1,9% para los equipos analógicos en los próximos 5 años.

En su análisis, Smithers augura que el mercado registrará un crecimiento esencialmente plano, debido especialmente al descenso de ingresos del segmento de impresoras analógicas. Sin embargo, el aumento general de la demanda de prensas de embalaje y tecnología digital equilibrará en gran medida esta caída del mercado.

A lo largo del período 2021-2026, la base instalada de prensas digitales crecerá en general, con prensas electrofotográficas que se suman a la base instalada. Se prevé que la base instalada de prensas de inyección de tinta sea esen-



cialmente estática entre 2021 y 2026, ya que la eliminación de las prensas de gran formato compensa un mayor uso de unidades de una sola pasada y alimentadas con hojas en envases y otras aplicaciones alternativas.

### CUÁLES SON LAS TENDENCIAS

Una tendencia líder que ha experimentado una marcada aceleración en 2020 es el cambio a tiradas de impresión más cortas, que

está desplazando los costes de impresión por unidad en favor de las prensas digitales (inyección de tinta y electrofotografía). Los equipos digitales son más fáciles de integrar con los modelos de servicios de comercio electrónico, web-to-print y print-on-demand, que son cada vez más populares; y ofrecer impresión de datos variables de valor añadido. A corto plazo, muchos líderes tecnológicos se centran más en las mejoras incrementales de las pla-

taformas existentes, hasta que los ingresos se recuperen.

Los fabricantes tradicionales de prensas analógica están innovando en este espacio. En prensas analógicas la automatización en preimpresión, fabricación de placas en prensa y lavado automatizado, es una prioridad, para aumentar la eficacia operativa y mantener los márgenes y la rentabilidad.

La cancelación de Drupa 2020, y una menor asistencia a Drupa Virtual 2021, ha roto la dependencia de la industria en este evento clave en el calendario impreso. Esto está llevando a las empresas a investigar nuevos canales de ventas y marketing online para interactuar con una base de clientes global y demostrar sus últimos equipos. Esto coincide con el imperativo de ofrecer un servicio y soporte remoto más directo online, por las restricciones del COVID.

### INNOVACIÓN, PALANCA PARA LA RECUPERACIÓN DEL SECTOR

La crisis del coronavirus ha supuesto un gran reto para las empresas de comunicación visual, que han tenido que buscar la manera de sobrevivir en un entorno desfavorable en el que la optimización de los recursos y de los procesos está siendo fundamental. La búsqueda de nuevos nichos de mercado y la innovación, sumadas a las tendencias de sostenibilidad y transformación digital son las palancas para que las



TENDENCIAS EN EL MUNDO DE LA IMPRESIÓN

compañías superen este trance, tal y como se ha puesto de manifiesto en el VII Congreso de FESPA España, celebrado bajo el título Juntos en el camino de la reactivación del sector.

Según Pablo Serrano, Secretario General de FESPA España, “en el inicio del estado de alarma en marzo el sector quedó en situación prácticamente de paro parcial. En junio el sector tenía una actividad estimada del 40%, en verano aumentó hasta el 80% y a fecha de hoy, tras la evolución de septiembre y octubre, se estima que estemos al 70%”. Mientras en el ámbito político y social se abría el debate sobre si había que cerrar la economía para proteger la salud o al revés, las empresas del sector se centraron en cómo ayudar. “Algunas se pusieron a fabricar mascarillas, otras piezas para respiradores o mamparas de separación”, ha señalado Serrano.

La sostenibilidad y la transformación digital son las dos tendencias actuales que demanda el mercado y que facilitan la supervivencia a las empresas. Carlos Reinoso, Director General de Aspapel, habló sobre cómo pueden aprovechar las empresas las ayudas del Pacto Verde Europeo: “Va a suponer una oportunidad para realizar transformaciones en nuestras empresas como jamás hemos conocido, porque va a haber disponibilidad presupuestaria y flexibilización en los procesos”, afirmó. “Son tiempos difíciles, pero el coronavirus ha llegado para

acelerar y reafirmar el Green Deal y poner a disposición fondos como no se había visto antes”.

Sobre esas posibilidades de financiación y las ayudas que se están pactando en las mesas de negociación entre el Gobierno, los sindicatos y la patronal, habló Pedro Fernández, Secretario General de CEPYME, que hizo un repaso por los temas de mayor interés para los empresarios y los trabajadores: los ERTE, los préstamos ICO o la regulación del teletrabajo. “Si queremos establecer una coyuntura que apoye a las empresas en esta situación, todos los planes que se han puesto en marcha tendrán que alargarse hasta que se reactive la actividad económica”, afirmó.

La situación de las empresas de la comunicación visual no es igual en todos los casos. Algunas han encontrado nichos de mercado en los que centrarse en estos momentos que les están ayudando a mantenerse hasta que la situación económica y la demanda se estabilice.

**A pesar de registrar una recuperación tras la pandemia, las perspectivas del mercado siguen siendo desafiantes hasta 2026**

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo  
en redes



cen. También se habló, de la transformación digital, un proceso que están llevando a cabo gran cantidad de empresas y que en muchos casos necesitan apoyo externo. ■



## MÁS INFORMACIÓN



[¿Cómo va a evolucionar el mercado de impresión?](#)



[Brother impulsa la innovación en un mundo post-COVID](#)



[Beneficios de los servicios de impresión gestionados](#)



[Cómo proteger la impresión distribuida híbrida](#)



[Era post-pandemia, una oportunidad para reinventar el negocio](#)

## Solución de impresión para entornos hiperdistribuidos

Para la mediana y gran empresa  
con empleados en teletrabajo

**9,90** € empleado/mes\*

Descubre más >



\*Precio por puesto de trabajo basado en 25 equipos, modelo MFC-L2710DW, con un contrato a 4 años y un volumen de 200 páginas/mes. Impuestos no incluidos.

# “EN UN MODELO HÍBRIDO, LA GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE IMPRESIÓN TIENE QUE CAMBIAR”

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

**D**urante la pandemia, seis de cada diez empresas mantuvieron a sus empleados trabajando en casa. El 58% de los empleados cree que trabajará desde su casa al menos dos o tres días por semana. El trabajo híbrido ha llegado para quedarse. ¿De qué manera va a influir este modelo de trabajo en el mercado de impresión?

La consolidación del modelo de trabajo híbrido va a dar certeza a cuál va a ser la organización del modelo de trabajo. Habrá empresas que apuesten por el trabajo presencial y otras por el teletrabajo, aunque la tenden-

cia es que se consolide el trabajo híbrido, que combina estos dos aspectos. Esto se traduce en que aspectos de la organización de las empresas, o de los procesos para trabajar, entre los que se incluyen la impresión, se van a ver afectados.

**¿Cuál es el rol que van a jugar los departamentos de TI en este nuevo marco laboral?**

Nos encontramos en una nueva realidad y muchas empresas están apostando por modelos de trabajo híbrido, que combinan trabajo presencial y trabajo en casa.



Esto hace que para los departamentos de TI o los responsables de infraestructura tecnológica el trabajo sea más difícil. Por un lado, tiene que cambiar cómo es la situación de todos los dispositivos incluido la impresión y digitalización en las oficinas y, o por el otro, tienen que gestionar a los trabajadores que están en su casa.

### ¿Cuáles son los problemas que se están encontrando las empresas a la hora de implantar modelos de trabajo híbrido?

Si nos centramos en los departamentos de TI o responsables de infraestructura de las empresas, éstos se encuentran que una misma persona, al trabajar en su casa y en la oficina, se convierte en dos usuarios. Esto supone que los perfiles, los accesos y las medidas de seguridad tengan que ser diferentes para, por un lado, mantener esa seguridad, y por el otro, mantener la productividad. Esto nos lleva a una segunda consideración desde el punto de vista de los domicilios. Los equipos de impresión que se utilizan en el trabajo híbrido no pueden

ser los mismos que se utilizaban antes de la pandemia. Es decir, equipos domésticos, de baja gama, que cubrían una demanda de impresión baja o puntual. Ahora se necesitan equipos que dispongan de una serie de funciones digitales, que estén conectados de forma remota, que

se entiendan bien con la nube, o que dispongan de medidas de privacidad que aseguren la confidencialidad de la información. Todo ello en un entorno completamente seguro que evite un posible ataque a la infraestructura empresarial y que evite la vulnerabilidad que pueda tener una impresora.

### ¿Y desde el punto de vista de las oficinas?

La gestión de los servicios de impresión y gestión documental des-

de el punto de vista de las oficinas también tiene que cambiar.

Por un lado, toda la gestión de personas que están trabajando desde sus domicilios requieren de una atención por parte de los departamentos de TI o responsables de infraestructura de las empresas.

El departamento de servicios generales tiene que estar pendiente de las necesidades de todos los trabajadores, independientemente de dónde se encuentren desempeñando sus funciones. Desde el punto de vista de impresión, ese departamento, además de tener que estar pendiente de, por ejemplo, la compra de consumibles o de las incidencias técnicas que se pueden producir, ahora tienen que gestionar un parque de impresión disperso.

Las empresas ya no sólo tienen que estar pendientes del tipo de marca o proveedor que van a utilizar, sino que tienen que prestar especial atención a los servicios. Ya no se puede hablar meramente de la compra de equipos y consumibles, sino que se tiene que hablar de gestión integral de la impresión.

Todas las novedades sobre el mercado de impresión en #IMPRESIONIT



**“EL TRABAJO HÍBRIDO TRANSFORMARÁ EL MERCADO DE IMPRESIÓN”**

### ¿Cuál es la propuesta de Brother para facilitar la impresión y gestión documentan en entornos laborales híbridos?

En el inicio de la pandemia, lo que hicimos fue replantear muchos de los servicios gestionados que ofrecemos. Trabajamos en que éstos fueran más sencillos, con equipos más compactos, que puedan ser utilizados o bien en la oficina o bien en casa del trabajador.

Lo que queríamos es que nuestros clientes no tuvieran que dedicar tiempo a tareas administrativas y se centrasen en lo que es realmente importante: su negocio.

### ¿En qué áreas se va a centrar su compañía?

En Brother estamos trabajando en nuevas soluciones que satisfagan las necesidades de la oficina en casa. El teletrabajo ha llegado para quedarse y nuestras soluciones cubren tanto las necesidades que tienen las empresas como la que demandan las personas.

También estamos trabajando en reforzar nuestra oferta de impresión distribuida. Nuestra oferta facilita la

impresión como servicio. Estamos hablando de que una empresa pueda adquirir un equipo de impresión y gestionar la compra de un consumible y que, a la par, puedan no hacerse cargo de las tareas administrativas que no suponen valor añadido para su negocio. Esas tareas se pueden realizar desde el fabricante o desde los distribuidores. ■



#### MÁS INFORMACIÓN



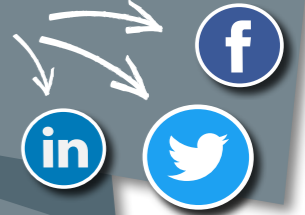
[Conoce cómo está evolucionando el mercado de impresión](#)



[La propuesta de Brother para oficinas y usuarios](#)

¿Te gusta este reportaje?

Compártelo en redes



## LOS CLIENTES, SATISFECHOS CON BROTHER

Por 13 años consecutivos, la compañía experimenta un alto grado de participación y buenas valoraciones en la encuesta de satisfacción que realiza todos los años para conocer el grado de satisfacción de los clientes con respecto a su Servicio Técnico y de Atención al Cliente, algo que es especialmente relevante este año. La crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19 ha impactado poco en la buena opinión que los clientes tienen de Brother, ya que el 89% manifestó estar muy satisfecho o satisfecho con su servicio de reparación, y el 85% afirmó estar conforme con los productos de la compañía. El estudio

pone de manifiesto que el 87,5% de los encuestados reconoció estar de acuerdo en cómo se solucionó la incidencia que tenían con su equipo. Además de la calidad, los clientes que han hecho uso del servicio de reparación de Brother destacan especialmente la rapidez (86,5%) y la calidad del informe entregado (93%).


Un 76% de los usuarios han consultado la web antes de contactar con el departamento de atención al cliente, lo que supone un crecimiento del 11% con respecto al año anterior, mientras que las consultas a la Guía de Usuario han aumentado un 25% con respecto a 2020. Este compor-

tamiento resulta significativo, ya que permite mejorar la calidad del servicio de Atención al Cliente, resolviendo posibles dudas de manera temprana y agilizando la búsqueda de la solución adecuada.

Puedes leer la tribuna de opinión entera en [este enlace](#)



JOSÉ RAMÓN SANZ,  
Responsable de Marketing de  
Producto de Brother Iberia



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

¡Descubra en nuestro



cómo está evolucionando un sector clave en la Transformación Digital!



# Impresión Digital

Con la colaboración de:



brother





**NO SOLO**



## PANEL DE EXPERTOS



### TALENTO Y TI

**¿Preparados para la transformación digital?**

Mar López Gil,  
Miembro del Consejo  
Women4Cyber Spain



### MARKETING Y CONSUMO

**Quitar al cliente del centro de la organización...**

José Manuel Navarro,  
CMO MOMO Group



### CIBERSEGURIDAD 4.0

**El Amanecer de la Humanidad Digital II: Disrupción Digital Global**

Mario Velarde Bleichner,  
Gurú en CiberSeguridad



# 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!!!

# ¿Preparados para la transformación digital?

Llevamos muchos años en el camino de lo que hoy venimos a denominar transformación digital. Llevamos también años hablando sobre la necesidad de conocimientos y habilidades tecnológicas y, aunque se han hecho esfuerzos en este sentido, parece que en ningún momento nos hemos dado cuenta de que esto seguía avanzando. Ahora nos enfrentamos al reto de esta transformación digital y aunque hemos gestionado la incertidumbre de

la mejor manera posible, no estábamos preparados, ni creo que lo estemos ahora.

No hemos sabido responder a la demanda del mercado laboral, nos encontramos con que no contamos con el número de profesionales que el mercado demanda.

Por otro lado, me gustaría reivindicar que no falta talento. Creo sinceramente que el talento es innato, que existen personas con habilidades y capacidades innatas en uno o varios ámbitos o actividades. En el caso

de la ciberseguridad así lo es y así lo creo. Como apunto, el talento está, pero en muchas ocasiones hay que orientarlo, hay que formarlo, atraerlo y retenerlo, cuestiones sumamente complejas y difíciles de abordar en los tiempos actuales.

En cuanto a la retención, es esencial la motivación. Algunas encuestas plantean que el personal de ciberseguridad es el más difícil de retener –en comparación con el 25% de todos los empleados, el 65% de los



Mar López Gil

## Miembro del Consejo

### Women4Cyber Spain

Jefa de la Oficina de Ciberseguridad y lucha contra la desinformación del Departamento de Seguridad Nacional, es Licenciada en Administración y Dirección de Empresas, posee diversos masters, entre ellos: Dirección y Gestión de la Seguridad de la Información, Dirección y Planificación de Proyectos, y cursos de especialización en dirección de empresas, tecnologías aplicadas y gestión de proyectos. El 1 de octubre de 2012 entró a formar parte de la Oficina de Asuntos Estratégicos del Departamento de Seguridad Nacional y, en abril de 2013 es nombrada Jefa de Seguridad, y posteriormente Jefa de la Oficina de Ciberseguridad. También es miembro del Management Board de la Agencia Europea de Seguridad de las Redes y de la Información (ENISA) y es vicepresidenta del capítulo español del Women4Cyber.



trabajadores de ciberseguridad están considerando activamente dejar su puesto—.

La permanencia promedio de un director de seguridad de la información es de menos de dos años y algunas de las razones podrían ser: la falta de concienciación de la importancia de la ciberseguridad por parte de la alta dirección; las expectativas laborales poco claras o la falta de oportunidades formales de desarrollo de habilidades. O muy importante y ligado al mundo de las certificaciones: la falta de oportunidades formales de desarrollo de habilidades o declaración clara de deberes y responsabilidades.

Siguiendo con la motivación, en España, el Foro Económico mundial en su [Índice global de competitividad del talento](#), en base al análisis de 132 países, plantea que nuestro país se encuentra en el puesto 32 del Ranking, en la media, pero en el puesto 45 en atracción de talento y en el puesto 53 en lo que se refiere a la disponibilidad de trabajadores con habilidades técnicas y vocacionales, aunque no situamos en el nivel 23 en calidad de vida.

En resumen y siendo crítica sobre la situación, creo que no hemos sabido adaptar la formación y la cualificación a la demanda de profesionales digitales, y mucho menos en el marco de la ciberseguridad; no hemos sido capaces de preparar suficientemente

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

a trabajadores con habilidades técnicas y profesionales y por supuesto quizás menos en las soft skills, y por último no hacemos los suficientes esfuerzos en lo que se refiere a la retención del talento desde una perspectiva ligada la motivación, el reconocimiento, las expectativas laborales y el crecimiento profesional.

La situación no es fácil, ni quizás hayamos alcanzado los objetivos que se persiguen para dotar al mundo de la ciberseguridad de profesionales suficientes, pero este problema global se viene trabajando desde organizaciones internacionales y europeas para hacer que esta brecha sea cada vez menor.

#### POR PONER ALGUNOS EJEMPLOS

La Unión Internacional de Telecomunicaciones de Naciones Unidas apunta que la brecha de la fuerza laboral en ciberseguridad y a la necesidad de profesionales en ciberseguridad sigue siendo alta.

Así y, basándose en datos del Consorcio internacional de Certificación de Seguridad de Sistemas de Información o (ISC) para



2021, el número de puestos de ciberseguridad sin cubrir será de 4,07 millones y para llenar este vacío, apuntando a que la sociedad debe tomar medidas para aumentar al menos un 145% de la fuerza laboral en esta área.

Algunas de las medidas que apoya son la atracción de mujeres que aportan, por una parte efectividad y crecimiento organizacional (las organizaciones con tres o más mujeres en funciones de alta dirección puntúan más alto en todas las dimensiones del desempeño organizacional); y por otro lado de atracción de jóvenes que, no solo pueden aportar enfoques frescos e innovadores al campo, sino que son esenciales si pretendemos cubrir la creciente brecha de mano de obra en este ámbito; más aún a medida que aumenta la dependencia de las tecnologías digitales.

Por otro lado, en 2016 la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE), formada 57 Estados participantes repartidos entre tres continentes (América del Norte, Europa y Asia), fomenta el programa Mujeres en la Primera Dimensión que busca promocionar su participación como expertas y ponentes en reuniones y conferencias de la OSCE para dar visibilidad a las mujeres dedicadas al ámbito de la Seguridad

En cuanto a la Unión europea, la Nueva Estrategia de Ciberseguridad de la UE, aprobada en diciembre de 2020, incluye como objetivos mejorar las capacidades de la población activa, desarrollar, atraer y retener un talento más diverso en materia de ciberseguridad e invertir en investigación e innovación. También alude al Plan de Acción de Educación Digital dirigido a aumentar la concienciación sobre la ciberseguridad entre los ciudadanos, especialmente los niños y jóvenes, y las organizaciones, particularmente las pymes.

Asimismo, la estrategia recoge el fomento de la participación de las mujeres en el ámbito de las TIC y por supuesto a la educación –incluida la formación profesional (FP), la concienciación y los ejercicios– aumentando así las capacidades en materia de ciberseguridad y ciberdefensa a nivel de la UE.

A su vez, la Agencia Europea de Ciberseguridad (ENISA) viene desarrollando diversos proyectos y publicaciones en este sentido como, por ejemplo: el Desarrollo de habilidades de ciberseguridad en la UE, donde reconoce la escasez de mano de obra en ciberseguridad y la brecha de habilidades y que Europa está rezagada en el desarrollo de un enfoque integral para definir un conjunto de roles y habilidades rele-

vantes para el campo de la ciberseguridad e indica que es una preocupación tanto para el desarrollo económico como para la seguridad nacional, especialmente por la rápida digitalización de la economía global.

A la par, apuesta por el desarrollo de un marco europeo de competencias en ciberseguridad como paso esencial hacia el futuro digital de Europa que tenga en cuenta las necesidades de la UE y de cada uno de sus Estados miembros, considerándolo como un paso fundamental hacia el futuro digital de Europa y persiguiendo como objetivo crear un entendimiento común de las funciones, competencias, habilidades y co-

No hemos sabido  
adaptar la  
formación y la  
cualificación a  
la demanda de  
profesionales  
digitales, y  
mucho menos  
en el marco de la  
ciberseguridad



nocimientos utilizados por y para las personas, los empleadores y los proveedores de formación en los Estados miembros de la UE con el fin de abordar la escasez de competencias en ciberseguridad.

Resaltar que ENISA puso en marcha un grupo de trabajo ad hoc sobre el marco europeo de competencias en ciberseguridad para reunir a un grupo multidisciplinar de expertos con el objetivo de promover la armonización en el ecosistema de educación, formación y desarrollo de la fuerza laboral en ciberseguridad y desarrollar una lengua europea común en el contexto de las habilidades en ciberseguridad.

En el ámbito nacional, España cuenta con tres documentos oficiales, que avalan las acciones que se están llevando a cabo en materia de talento y habilidades en Ciberseguridad.

❖ La **Estrategia Nacional de Ciberseguridad** en su Objetivo IV: Cultura y compromiso con la ciberseguridad y el empoderamiento de las capacidades humanas y tecnológicas” y en su “Línea de acción 5: Fortalecer la industria española de la ciberseguridad y la generación y retención de talento, para el fortalecimiento de autonomía digital (medidas 5 a 8) “podemos encontrar todas las medidas relacionadas con la promoción del talento.

❖ Por otro lado, la **Agenda Digital “España Digital 2025”** en su línea 4: Ciberseguridad (medida 14.2 - (2), recoge la generación, identificación y desarrollo de talento en ciberseguridad, para incrementar capacidades y dar respuesta al crecimiento del sector y de la industria de la ciberseguridad española).

❖ El **Plan Nacional de Habilidades Digitales** prevé reformas públicas e inversiones por importe de 3.750 millones de euros y sus objetivos son garantizar la inclusión digital, reducir la brecha digital entre hombres y mujeres, garantizar la digitalización de la educación, promover la adquisición de las competencias digitales de los desempleados y de trabajadores, aumentando el número de especialistas en TIC y promoviendo las competencias digitales necesarias de las empresas.

Con este marco en mente, se puso en marcha en julio de 2020 el Foro Nacional de Ciberseguridad (FNCS). Un espacio de colaboración público-privada impulsado por el Consejo de Seguridad Nacional, con la presidencia del Departamento de Seguridad Nacional y la colaboración de INCIBE (Instituto Nacional de Ciberseguridad de España) y el CCN (Centro Criptológico Nacional), que ostenta las dos vicepresidencias.

El Foro, alineado con los documentos antes mencionados, está trabajando en varias

actuaciones enfocadas a generar cultura de ciberseguridad; apoyo a la Industria e I + D + i y formación y talento en ciberseguridad conforme a las demandas de la industria en cuanto a talento y habilidades.

Recientemente, se han finalizado los primeros trabajos que han tenido como resultado el Libro Blanco sobre cultura de ciberseguridad, el Libro Blanco sobre el sector de la ciberseguridad en España y el desarrollo de un Esquema nacional de certificación de responsables de ciberseguridad. El Esquema determinará los perfiles y competencias y los procedimientos para certificar a los responsables de ciberseguridad de los sectores público y privado. Constituye un marco de competencia en ciberseguridad para responder a las necesidades del mercado laboral, promueve la capacitación especializada y el desarrollo de los profesionales y estimula al mismo tiempo la detección y retención de talento.

Paralelamente y de manera coordinada, INCIBE está ejecutando acciones adicionales en el ámbito de las competencias en ciberseguridad que incluyen la puesta en marcha de un Servicio de Análisis y Diagnóstico del Talento en Ciberseguridad con el fin de determinar la necesidad real de perfiles a nivel nacional. ■

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



## MÁS INFORMACIÓN



[Trabajar desde los cimientos para construir un futuro diverso e inclusivo en la ciberseguridad](#)



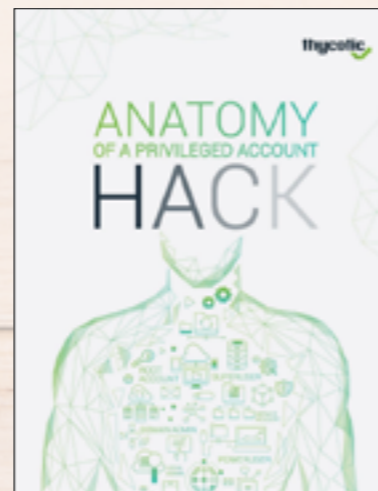
[La gestión de los datos está en el corazón de la seguridad en la nube](#)

# La documentación TIC, a un solo clic



## Anatomía del ataque a una cuenta privilegiada

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



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

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



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

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



## Guía para implementar una CDN moderna

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



# El Amanecer de la Humanidad Digital II: Disrupción Digital Global

Según el diccionario de la Real Academia Española la definición de la palabra disrupción es muy corta, "rotura o interrupción brusca".

Una definición de disrupción digital, limitada al entorno empresarial, sería: "la disrupción digital en las empresas se define como una alteración producida por un cambio a raíz del desarrollo de las nuevas tecnologías, cambiando por completo los modelos de negocios tal y como se conocían hasta ahora".

Hasta aquí, casi todo el mundo de acuerdo. Estamos viendo cambios sorprendentes en muchas industrias, como por ejemplo el de la prensa escrita, donde, además de la trágica desaparición de muchos medios en papel, estamos viendo el masivo movimiento de los clientes de los medios físicos hacia medios digitales, de la presentación de información en edición matutina y vespertina a una presentación casi en tiempo real de las noticias... aunque eso sí, únicamente en el medio digital, activo las 24 horas del día.

Lo anterior, que ya representa un enorme cambio en esta industria, no es más que la punta del iceberg, es la aparición de nuevos modelos de negocios basados en nuevas plataformas, lo que está produciendo la auténtica disrupción digital de toda esta industria.

Twitter ha establecido un nuevo modelo digital de inmediatez en la difusión de las noticias; pero no solamente la inmediatez, también ha traspasado el poder de

decisión de cuáles son las noticias más importantes a los ciudadanos digitales que con el "Trending Topic" deciden a nivel local, regional, nacional, supranacional e, incluso, global, cuáles son las noticias de primera plana, en detrimento de las antiguamente todopoderosas redacciones de la prensa escrita. Si hace solo 15 años les hubieran dicho esto a los grandes magnates de la prensa mundial se hubieran muerto de la risa, ahora no diría yo que



**Mario Velarde Bleichner**

**Gurú en CiberSeguridad**



Con más de 20 años en el sector de la Ciberseguridad, Mario Velarde Bleichner, Licenciado en Ciencias Físicas con especialidad en Calculo Automático y PDG por el IESE, ha participado en el desarrollo de esta industria desde la época del antivirus y el firewall como paradigma de la Seguridad IT, dirigiendo empresas como Trend Micro, Ironport, Websense, la división de Seguridad de Cisco Sur de Europa y la división Internacional de Panda Software.





están agonizando ante este cambio, pero sí que, aunque en muchos casos es bastante tarde, buscan desesperadamente alternativas a esta Disrupción Digital.

LinkedIn ha hecho desaparecer otra parte de la prensa escrita, la de los anuncios de ofertas de empleo, aquellas ya históricas páginas dominicales color salmón con anuncios de ofertas de empleos que financiaban la sección de la información financiera y de economía, ahora ofrecida en otros medios digitales, gratuitos o no, en régimen de 24 horas al día.

Otras plataformas de redes sociales como Facebook o Instagram, o más recientes como TikTok, aunque tienen objetivos generales diferentes a los de la prensa escrita, están detrayendo clientes de esa industria, ya que muchos ciudadanos digitales, especialmente los más jóvenes, recaban su información general de estos medios, con la consecuencia negativa de la progresiva reducción de nuevos clientes que podría llevar a la desaparición de la prensa escrita.

La frase hecha de que cuando se produce la Disrupción Digital en un mercado o industria o evolucionas y cambias a velocidad digital o desapareces, se va haciendo dolorosamente cierta.

Hemos visto únicamente un ejemplo de Disrupción Digital, en la industria de la

prensa escrita, en estos momentos a mitad de camino del proceso y ya podemos ver el tremendo cambio que se ha producido, aunque nos es difícil pronosticar dónde llegara en el plazo de una década y, menos aún, cara al siglo XXII.

La Disrupción Digital Global es la suma de la Disrupción Digital en todas las industrias -ha empezado ya en mayor o medida en todas ellas- con una velocidad diferente según las inercias de cada una de ellas, pero con una aceleración cada vez mayor. Aquellos que piensen que su industria es inmune a este proceso de cambio global y pretendan seguir con su negocio tradicional, sin al menos realizar un estudio serio de su riesgo digital, están poniendo la supervivencia de las empresas que dirigen y gestionan.

No todos los riesgos de Disrupción Digital provienen de la competencia dentro de la propia industria, aunque ciertamente los primeros en evolucionar digitalmente tendrán ventaja sobre sus competidores, por la ganancia en eficacia y eficiencia que los pondrán varios pasos por delante. Ya hemos visto que muchas veces la mayor Disrupción Digital proviene de empresas de nueva creación, startups, que reformulan las bases clásicas de las industrias o bien abordan solamente partes potencialmente más rentables de una industria.

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



Un ejemplo doloroso es como la industria de la prensa escrita perdió el mercado de los anuncios por palabras, fuente de ingresos estables a los que nadie prestaba atención ya que no eran de interés periódico y, por tanto, de bajo interés para la dirección. Ni siquiera tuvieron la agilidad de adquirir las nacientes plataformas intercambio que vinieron a sustituir y hacer obsoletos a los anuncios por palabras. Esta ceguera digital les ha llevado a la pérdida de gran cantidad de ingresos que ni siquiera han ido a sus competidores, sino



que han creado una nueva industria de compra venta digital entre individuos.

En la gran Disrupción Digital Global no quedará ninguna industria o mercado que no se vea afectado y solo los más innovadores, ágiles y rápidos sobrevivirán; es más, todas las actividades de la sociedad actual están ya sujetas en mayor o menor medida a cambios por la llegada e implantación de procesos digitales.

Un tema apasionante es la Disrupción Digital de la Movilidad, principalmente urbana, que con la llegada de los coches eléctricos autónomos cambiarán los paradigmas creados en el siglo XX sobre la movilidad individual y colectiva, pero éste es un tema largo y apasionante para un análisis más detallado.

La Sanidad, la Educación, que las podemos ver como industrias o como servicios sociales, están ya sometidas a grandes cambios la Disrupción Digital, que las harán más eficientes y eficaces y, por tanto, con el mismo consumo de recursos ser capaces de prestar mejores servicios a los ciudadanos digitales. Estas dos áreas del saber humano tendrán cambios de paradigma tan grandes con la Disrupción Digital que ya están viviendo, que serán casi irreconocibles dentro de tan solo una o dos décadas.

Las burocracias públicas, sean de nivel local, regional, nacional, supranacional o glo-

bal, tendrán que evolucionar digitalmente para mantener el equilibrio con la evolución digital de toda la sociedad. Esto no es una crítica a los funcionarios públicos, lo es a la ineficiencia e ineficacia de los modelos de gestión actuales que necesitan una revisión digital profunda.

La Justicia, imprescindible para el buen funcionamiento de las sociedades, necesita una Disrupción Digital en una nueva sociedad digital tener una agilidad digital que varíe sus tiempos de meses o años a días o semanas como mucho. Para eso, además de procesos digitales nuevos, necesitará el apoyo de la Inteligencia Artificial para ayudar a los jueces a tomar decisiones más rápidamente.

Me he dejado el tema más difícil para el final, la política y los estamentos políticos, que continúan varados confortablemente en el siglo XIX, con representatividades larguísimas, silenciamiento de la ciudadanía durante todo esos largos período, normalmente de 4 o más años, como recordatorio de cuando las urnas se llevaban en caballos y los recuentos duraban meses.

Es posiblemente este segmento de la humanidad digital el más reacio la evolución que trae la tecnología digital para empoderar a los ciudadanos digitales a sistemas de gobierno más participativos, por vía de la comunicación digital, más eficaces y eficientes

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



por los cambios de paradigmas que traerá la Disrupción Digital a la actividad política de esta naciente humanidad digital.

La Disrupción Digital Global ya está en marcha, es, además, inevitable y su velocidad en 2021 es mayor que hace solo 10 años, pero está acelerándose cada día y afectará a toda la Humanidad y la llevará a un nuevo nivel de desarrollo independientemente de los esfuerzos de algunos por mantener los paradigmas actuales. Afectará a todos los países actuales del mundo, y, si no es torpedeada por nacionalismos obsoletos y retrógrados o por gobernantes y clases políticas que se resistan a perder sus prebendas, verá el nacimiento de un nuevo orden mundial donde los ciudadanos digitales podrán disfrutar de una libertad plena que trascienda de los límites que imponen las actuales ideologías obsoletas que solo pretenden medrar a costa de sus conciudadanos. ■



#### MÁS INFORMACIÓN

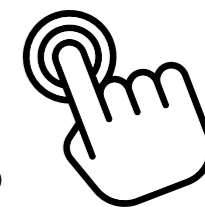


[Disrupción Digital: ¿qué es y cuáles son sus consecuencias?](#)

No todos los riesgos de Disrupción Digital provienen de la competencia dentro de la propia industria, aunque ciertamente los primeros en evolucionar digitalmente tendrán ventaja sobre sus competidores



¿Cuál es el futuro del mercado de almacenamiento?  
¿Qué tecnologías son las más adecuadas para las empresas?



Descubra las últimas tendencias en el



# Almacenamiento **it**

Con la colaboración de:



# Quitar al cliente del centro de la organización...

Y ponerlo al principio y al final de la cadena de creación de valor de la compañía debería ser objeto de reflexión para replantear la relación entre ambas partes. Hace más de medio siglo que el concepto "customer centric" fue avanzado por Lester Wunderman cuando desarrolló las bases de lo que sería el marketing directo, y más tarde el relacional, para poder personalizar la comunicación de la oferta de productos y servicios de una empresa tomando como punto de referencia el perfil de los consumidores, construido a partir del seguimiento de su conducta de consumo. De esta forma nació el marketing centrado en el cliente que, luego, daría lugar a la idea de situar al cliente en el centro de la organización.

El tiempo, la tecnología y los nuevos modelos de negocio han ayudado a formalizar las relaciones con los clientes de una manera más estrecha, a generar un conocimiento más profundo de sus necesidades y expectativas y a alcanzar el objetivo de generar

una adecuada experiencia de usuario con independencia de los puntos o canales de contacto que se establezcan en la estrategia comercial. Organizar la empresa en torno al cliente implica la creación de procesos de toma de datos relevantes para las métricas que deben ayudar a analizar cada una de las etapas del denominado "Customer journey", o fases por las que "viaja" un cliente desde que toma conciencia de una necesidad hasta que realiza la compra y, más allá de ese instante, actúa como prescriptor de la mar-

ca. En este modelo, todas las áreas de la organización ponen su foco en los procesos que aportan valor a la relación a largo plazo con el cliente, pero es ésta una relación básicamente unidireccional en lo que a diseño, producción y distribución de los productos y servicios se refiere. Aunque se construyan en base a la información obtenida de los consumidores que más rentabilidad aportan a la empresa, existe un "gap" entre lo que estos necesitan, lo que creen que necesitan, lo que la empresa entiende que son sus necesida-



**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).

des y lo traslada al diseño de los productos o servicios que pueden cubrirlas y la satisfacción de las expectativas de aquéllos.

Para salvar esta situación, se creó el concepto de “buyer persona” que conjuga las características de los mejores clientes, y de los potenciales a los que conquistar, para construir el perfil del cliente ideal o perfecto. El que ha de servir de referencia para orientar los esfuerzos de diseño y de desarrollo de producto/servicio, de creación de acciones de comunicación y argumentarios comerciales, de determinación de los canales más efectivos de venta y los más resolutivos de postventa y de atención al cliente. En definitiva, el “buyer persona” es el que orienta los objetivos de cada una de las áreas de la compañía para incrementar, no el porcentaje de ventas (que será la consecuencia), sino el número de clientes fieles y la consolidación de los atributos de marca que encajan con las expectativas y aspiraciones de estos.

Construir el perfil de “buyer persona” implica la recopilación y análisis de infinidad de datos cuantitativos y cualitativos de variables sociodemográficas, de conductas de uso de los canales de búsqueda y de compra, de tendencias y de asociación de atributos racionales y emocionales. Todo un ejercicio que conlleva la integración de información proveniente de acciones de investigación de

fuentes internas (bases de datos históricas, red de empleados y stakeholders) y externas (informes, estadísticas y estudios públicos o particulares), de entrevistas o encuestas directas al público objetivo, de analíticas web y de redes sociales y, sobre todo, de investigaciones realizadas aplicando técnicas neurocientíficas para acceder a las respuestas inconscientes de los individuos.

Todo ello puede proporcionar una idea aproximada de quién es el cliente perfecto, quien toma la decisión de compra y, también, de quiénes pueden influir positiva o negativamente en ella. Todo ello aporta indudables ventajas a la compañía, ya que estará en disposición de conocer en profundidad a sus mejores clientes y, por consiguiente, cómo acercarse a ellos con mayor eficiencia (dónde están, cómo le prestarán atención, qué determinará el impulso de compra y cómo le recomendarán), sin perder de vista que este perfil ideal ha de ser dinámico, alineado con la evolución del mercado y el contexto social. Circunstancias como la pandemia de la Covid-19 han evidenciado cómo los usuarios han cambiado o modulado conductas y motivaciones que se creían estáticas y que, sin embargo, se han visto impelidas a adaptarse a unas circunstancias diferentes a las vividas hasta el momento.

En ambos modelos, “Customer centric” y “Buyer persona”, se priorizan a los mejores clientes, los más valiosos, o al perfil ideal para establecer la estrategia de negocio en la que la inversión principal recaerá sobre ellos para obtener un adecuado retorno, aunque no se debe olvidar al resto de consumidores que aportan menos valor, pero que sí ayudan a hacer caja cada día a pesar de que lo hagan de manera ocasional. En conjunto todos deben ser importantes, unos porque ya son fieles a la marca y otros porque tienen un largo recorrido de mejora que puede generar más valor del esperado si pasan de adquirir

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



un producto o servicio a establecer un vínculo más estrecho. Para establecer la mejor estrategia con cada uno de ellos para que obtengan una experiencia única y completa en todos los puntos de contacto, se han de seguir unos criterios y procesos específicos como son la asignación del valor que supone cada cliente (adquirirlo, mantenerlo y perderlo), la personalización de las acciones de comunicación y de la oferta, el uso de herramientas de análisis de datos (CRM) y la habilitación de canales para hablar con ellos, no solo como un servicio convencional de atención al cliente, sino para escucharlos.

Escuchar quizá sea la actividad más trascendente que pueda realizar una empresa, ya que, escuchando a sus clientes y a sus empleados, de manera activa, obtendrá información directa y veraz que le permitirá establecer vínculos más estables y fuertes al desarrollar empatía hacia ellos. Algo que debería estar priorizado en la cultura corporativa para entender las necesidades reales de los consumidores, quienes, en la mayoría de las ocasiones, no saben definir con exactitud qué puede satisfacer una necesidad subyacente porque ésta no ha pasado a su lado consciente y, por tanto, les es imposible verbalizarla.

Ser una empresa empática implica que toda la organización (todos los emplea-

dos sin excepción) deben participar en ese proceso, asumiendo que es fundamental conectar emocionalmente con sus clientes desde cualquier área de la compañía, no solo desde la comercial o de negocio. Para ello, es necesario que todos los empleados tengan acceso a la información relevante que permite comprender y conocer a cada cliente, y disponer de los canales necesarios para que ese contacto sea efectivo y para que de él resulte una experiencia útil para el cliente (CX) y para el empleado (BX). A pesar de que la tecnología permita la habilitación de canales automatizados (como los chatbots), los usuarios siguen prefiriendo el contacto personal para interactuar y ser atendidos. Predilección que no debe ser despreciada en aras a la omnidigitalización, ya que se dejan escapar muchas oportunidades en las que los clientes pueden aportar "pistas" sobre las soluciones que están buscando e, incluso, a "cocrear" o participar en los procesos de diseño de los productos y servicios (figura que, en su momento, se denominó "prosumer").

Nuevos tiempos exigen la reorganización de la compañía para integrar al cliente (todos, no solo el mejor ni el ideal) en sus procesos, incluidos los de innovación y desarrollo, facilitando compartir valores y perseguir el mismo propósito como colectivo que re-



clama formar parte de un objetivo común, aunando esfuerzos y creencias en torno a causas justas, comprometidas con el futuro particular de cada parte y con el general de la sociedad. Los modelos "Customer Centric" y "Buyer persona" se han fortalecido usando los sistemas CRM (Customer Relationships Management) en los que la tecnología ha jugado un papel crucial para capturar, analizar y gestionar miles de millones de datos; es el momento de dejar este papel a los sistemas DRM (Data Relationships Management) y que tome forma el sistema CMR (Customer Manages the Relationship). Priorizando, para lograrlo, [cambios en la estructura](#) y en la forma de trabajar que antepongan la relación de personas a personas como estrategia principal de la empresa. ■



#### MÁS INFORMACIÓN



[Cómo el Covid-19 está forzando a los CEOs a cambiar la estructura organizativa de los negocios](#)

Escuchar quizá sea la actividad más trascendente que pueda realizar una empresa, ya que, escuchando a sus clientes y a sus empleados, de manera activa, obtendrá información directa y veraz que le permitirá establecer vínculos más estables y fuertes al desarrollar empatía hacia ellos



**User**  
TECH & BUSINESS

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

