



Febrero 2016 - nº 9

it **Reseller**
TECH&CONSULTING





it Digital MEDIA GROUP

Juan Ramón Melara

juanramon.melara@itdmgroup.es

Miguel Ángel Gómez

miguelangel.gomez@itdmgroup.es

Aranca Asenjo

aranca.asenjo@itdmgroup.es

Bárbara Madariaga

barbara.madariaga@itdmgroup.es

Colaboradores

Arantxa Herranz, David Marchal,
Alfonso Hernández (Barcelona)

Diseño y maquetación revistas digitales

Contracorriente

Diseño y maquetación proyectos especiales

Eva Herrero

Producción audiovisual

Antonio Herrero, Ismael González

Fotografía

Ania Lewandowska



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

Consolidación en el canal: un proceso todavía inconcluso

Dice el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua que consolidación es la acción y efecto de dar firmeza y solidez a algo. Ciertamente es que hay otras definiciones, pero todas van en la misma línea y, para el caso que nos ocupa, se trata del movimiento de integraciones, compras, fusiones y demás operaciones financieras que hemos venido viendo estos años en el mundo de las TIC.

La propia evolución del mercado ha hecho que empresas que eran rivales y competidoras por un terreno, nicho o tecnología, acaben engrosando las filas de un mismo ejército tras un proceso que, más allá de los titulares de las noticias, conlleva un paso para afianzar o desarrollar el negocio, abriendo nuevas oportunidades o consolidando las bases financieras o económicas de la empresa resultante.

Un ejemplo de esta evolución lo hemos visto en este arranque de año, con la compra de Diode por parte de GTI, de la que ofrecemos una amplia información. Pero no ha sido el único, ni en el final de año ni en el arranque del nuevo ejercicio. Como se puede ver en nuestro reportaje de En Portada, en el canal mayorista se han producido muchos y variados movimientos de este tipo, igual que se han producido en el segmento de los fabricantes o, incluso, en el de los resellers e integradores.



Posiblemente en los próximos meses, si no semanas, volveremos a asistir a otros movimientos del mercado, ya sean compras, fusiones o integraciones, porque según va ganando en madurez el mercado TI, las figuras que tienden a poblarlo, en todos sus escalones, tienen a ser menos pero más grandes, si bien siempre surgirán nuevas figuras dispuestas a retar a las empresas consolidadas. Es solo una cuestión de evolución y supervivencia.

Centrándonos más en el negocio, ofrecemos un amplio análisis del estado del Cloud Computing en España. Mucho se ha hablado y escrito sobre la nube en nuestro país, y en este número de IT Reseller publicamos un amplio reportaje sobre el último informe realizado por la consultora Penteo a partir de entrevistas a responsables de tecnología y CIOs de empresas en España, sobre la realidad del Cloud Computing. Así, incluimos datos de cuántas empresas emplean tecnología en modo cloud, qué porcentaje de su tecnología está en este modelo de uso, y qué grado de complejidad y conocimiento hay en las empresas en este terreno en particular.

En definitiva, una radiografía total de la realidad de una tendencia con tan claro presente como futuro.

Juan Ramón Melara
IT Digital Media Group



Índice de anunciantes



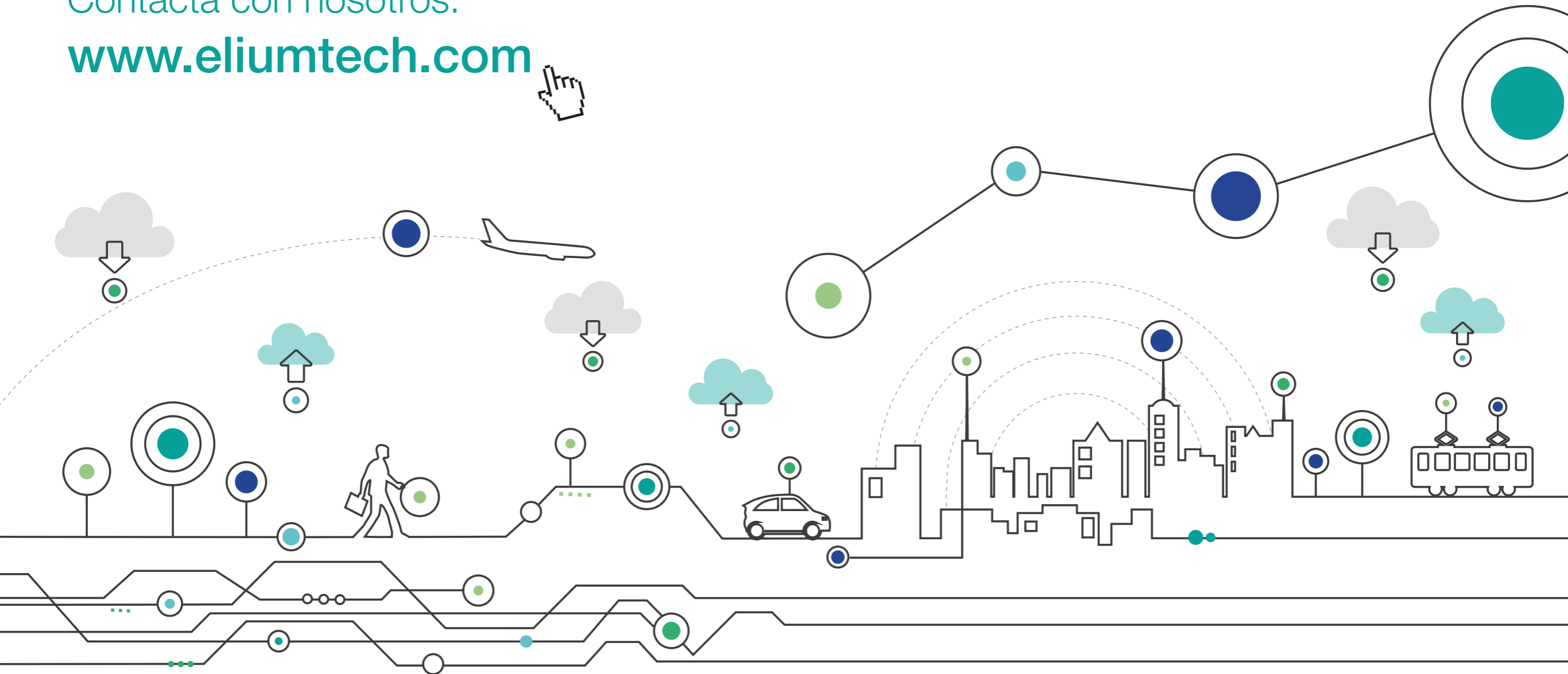
Actualidad



¿Quieres acelerar tus ventas de tecnologías emergentes como Cloud, Hiperconvergencia, Big Data, SDN...? Déjanos ayudarte.



Contacta con nosotros:
www.eliumtech.com



DIME Y LO OLVIDO. ENSÉÑAME Y LO RECUERDO. INVOLÚCRAME Y LO APRENDO.

BENJAMIN FRANKLIN

Ambas compañías permanecerán como entidades independientes

GTI compra Diode

GTI y Diode han protagonizado la primera gran compra de 2016 al anunciar la adquisición del segundo por parte del primero. Los términos financieros del acuerdo no se han desvelado, aunque las previsiones de GTI es que Diode aporte 35 millones de euros a su negocio este año.



El mercado de distribución comenzó 2016 con una gran adquisición. En la primera semana de enero, GTI anunció la compra de Diode, una operación que según palabras de Juan Pablo Rossi, presidente de GTI, se completó “al cien por cien” casi cuando las campanadas de la Puerta del Sol daban la bienvenida al nuevo año.

LOS MOTIVOS DE LA COMPRA

GTI decidió optar “por la adquisición” tras la decisión del Banco Ceiss, al que pertenece Caja Duero, anterior propietario de Diode, de poner en venta el

“Estoy impresionado del alto nivel del equipo de Diode. Éste es uno de sus principales valores”

Juan Pablo Rossi, presidente de GTI

mayorista. En este sentido, GTI ha ganado la partida a otras empresas “competidoras” que también estaban interesadas en el negocio de Diode.

“Diode es un mayorista enfocado al valor añadido con áreas que complementan a nuestra oferta” explicaba Juan Pablo Rossi, quien no obstante ha puntualizado que Diode va a continuar siendo una compañía independiente y manteniendo su infraestructura. “Queremos preservar la especialización de la compañía”.

A grandes rasgos, al incorporar a Diode a su oferta, GTI incorpora nuevos fabricantes en áreas “clave”. Este es el caso del segmento de identificación automática, en la que se incluyen productos y soluciones de movilidad, concretamente terminales móviles; escáneres e impresoras de código de barras, lectores RFID, lectores de tarjeta chip, biometría, o dentro del área de comunicaciones, soluciones de Wi-Fi profesional, todo tipo de enlaces Wireless, o equipos GPON (redes de fibra óptica). También en

“Esta operación abre una nueva etapa en Diode que nos permitirá potenciar nuestro crecimiento”

*Agustín Alarcón,
director general de Diode*

tecnologías para IoT, o M2M, GTI añade “numerosas soluciones” para la comunicación y gestión de activos móviles o redes masivas de sensores, routers 2G, 3G y 4G, redes Xbee, o GPS.

Esta adquisición “abre un abanico de oportunidades tanto para GTI como para Diode”.

OBJETIVOS DE LA COMPRA

El objetivo de comprar Diode es ampliar la presencia de GTI en tres áreas: identificación automática de movilidad empresarial, Internet de las Cosas y comunicaciones. Así lo ha explicado Juan Pablo Rossi, quien aseguraba que esta operación “nos proporciona una presencia muy destacada en los segmentos tecnológicos de Identificación automática y movilidad profesional, comunicaciones e Internet of things, reforzando nuestra posición en el mercado nacional e internacional de la mano de un mayorista líder como Diode”.

Además, la intención del mayorista es continuar con su expansión internacional. No en vano, “ambas empresas tienen presencia consolidada en el mercado portugués”, mercado clave para GTI.

Rossi ha recordado el desembarco de su compañía en el norte de África al abrir una oficina, a finales de 2015, en Marruecos. “La nueva situación permitirá la llegada de Diode a esta zona comercial de la mano de GTI y operando como entidad independiente”.

Asimismo, aunque por el momento, Portugal y el Norte de África son las dos regiones donde GTI va a centrar sus esfuerzos internacionales no descarta que en un futuro amplíe su presencia a otros mercados, como el latinoamericano, de la mano de Diode.



Agustín Alarcón, director general de Diode, y Juan Pablo Rossi, presidente de GTI.

OPINIÓN DE DIODE

Fundado en 1975, Diode es un mayorista que vio la luz con el objetivo de “aportar alto valor a nuestros proveedores y clientes mediante la dedicación de recursos técnicos y comerciales altamente especializados”.

Agustín Alarcón, director general de Diode, continuará al frente del mayorista y ha valorado la adquisición como “muy buena” debido a la “complementariedad de las ofertas tecnológicas”. Ha sido “una gran suerte que hayamos encontrado este partner”.

Y es que “esta operación abre una nueva etapa en Diode que nos permitirá potenciar nuestro cre-

cimiento afianzando nuestra actividad y liderazgo en el mercado con el apoyo financiero y estratégico de uno de los mayoristas clave en los mercados de España, Portugal y Norte de África. El objetivo es ofrecer más servicios y con más valor añadido, algo que sin duda está más cerca con la combinación de fuerzas de Diode y GTI”.

Agustín Alarcón también ha destacado que, a pesar de que anteriormente el mayorista pertenecía a una entidad bancaria “la capacidad de financiación que tiene GTI es mayor a la que teníamos antes”. Ésta “es una oportunidad tremenda y adicional para poder acceder a incrementos de negocio”.

El objetivo de comprar Diode es ampliar la presencia de GTI en tres áreas: identificación automática de movilidad empresarial, Internet de las Cosas y comunicaciones

PREVISIONES

La compra, además, ha llevado a Diode a revisar al alza sus previsiones de crecimiento para este año que antes se situaban en “entre un 14% y un 15%”. Juan Pablo Rossi ha asegurado que espera que este año Diode aporte a la facturación de GTI “35 millo-

nes de euros” cifra que Agustín Alarcón espera que se incremente hasta los 40 millones de euros en un futuro. “En 2015 GTI facturó 203 millones de euros”. Las previsiones del mayorista para este año es registrar un crecimiento de entre un 13% y un 14%.

La flexibilidad o la subcontratación de servicios fueron dos de las sinergias existentes entre ambas compañías señaladas por los dos directivos. En cuanto a las áreas que puedan verse duplicadas, Rossi destacó que “tenemos unos roles diferenciados, con lo que no va a haber solapamientos”.

Por último, cabe señalar que Juan Pablo Rossi, que va a continuar ejerciendo las funciones de director general tras la salida de Ignacio Sestafe de GTI, alabó el trabajo de Diode. “Estoy impresionado del alto nivel del equipo de Diode. Éste es uno de sus principales valores”.



Enlaces relacionados



[Web de GTI](#)



[Web de Diode](#)



FlexPod®

Infraestructura de centro de datos flexible para acelerar la implementación de aplicaciones

El departamento de IT busca opciones de infraestructura más rápidas y en Ingram Micro podemos ofrecértelas, gracias a la solución convergente y flexible desarrollada conjuntamente por Cisco y NetApp.

MÁS INFO

INGRAM MICRO®

flexpod@ingrammicro.com



Coches autónomos, wearables o realidad virtual centran las novedades de este año

CES 2016 muestra el futuro de la tecnología



Coches conectados y autónomos, realidad virtual, wearables, televisores y paneles flexibles, drones e impresoras 3D... Éstas fueron algunas de las áreas donde los principales fabricantes del sector TIC, y de otras industrias como la del automóvil, presentaron sus novedades mostrando cuál es el futuro ya no sólo del sector TIC, sino de la sociedad.

En una superficie expositiva de 205.000 metros cuadrados, distribuida en 25 espacios temáticos, 3.700 expositores presentaron más de 20.000 nuevos productos y servicios tecnológicos ante cerca de 170.000 visitantes procedentes de 150 países. Éstas son, a grandes rasgos, las principales cifras de CES 2016, que abrió sus puertas en

la ciudad de Las Vegas (Estados Unidos) el pasado 6 de enero.

VEHÍCULOS CONECTADOS

El sector de la automoción se volcó de lleno con esta nueva edición del CES. De hecho, este año participaron 115 firmas de esta industria, que ocuparon

un 25% más de exposición que el año pasado. Estuvieron presentes Ford, Audi, BMW, Chrysler, GM, Hyundai, Mercedes, Toyota y Volkswagen.

Aunque se esperaba que uno de los grandes anuncios de esta edición la protagonizaran Ford y Google, Mark Fields, CEO de Ford, no hizo mención alguna durante su intervención a dicha alianza. En

cambio, sí que explicó en qué consiste la alcanzada con Amazon. A grandes rasgos, ésta permitirá a los coches Ford conectarse con los hogares inteligentes. “Los investigadores de Ford desarrollaron la manera de vincular los vehículos conectados y las casas conectadas”, aseguró Mark Fields. El objetivo es vincular los vehículos Ford con el asistente virtual de Amazon, llamado Alexa, y con el dispositivo Echo. La alianza Ford-Amazon permite, por ejemplo, encender o abrir el automóvil a distancia, verificar su nivel de combustible o cargar la batería eléctrica. También permite dirigir desde el vehículo los objetos conectados del hogar, como la luz o la puerta del garaje.

Ford no fue el único fabricante de automóviles que presentó novedades en CES. General Motors anunció el nuevo Chevy Bolt, con una mayor autonomía y un menor precio, y explicó en qué consiste su acuerdo con Lyft, por el que ambas compañías van a impulsar el desarrollo de coches autónomos bajo demanda.

Ford, Audi, BMW, Chrysler, GM, Hyundai, Mercedes, Toyota y Volkswagen fueron algunas de las firmas de automóviles que acudieron a CES 2016

[¿Te avisamos del próximo IT Reseller?](#)



Lo mejor de CES 2016



[Clicar para ver el vídeo](#)

Volkswagen, por su parte, introdujo un nuevo concepto de coche eléctrico. Se trata del Budd-e, un Volkswagen Van, un vehículo eléctrico conceptual que tiene un diseño futurista en donde destaca el

hecho de que no cuenta con espejos retrovisores, que está pensado en Internet de las Cosas y que permite realizar acciones, como abrir las puertas, haciendo un único gesto con las manos.

BMW presentó un nuevo sistema para controlar todas las funciones electrónicas del coche; y Faraday Future mostró un prototipo deportivo eléctrico. Pero también se pudieron ver nuevos sistemas de aparcamiento asistido, prevención de accidentes o frenado de emergencia; así como prototipos en los que se proyecta información sobre la luna delantera.

SOCIEDAD CONECTADA Y REALIDAD VIRTUAL

Hacer ver a todos los visitantes del CES 2016 cómo las grandes ideas se están convirtiendo en realidad



impulsando lo que se conoce como la sociedad conectada. Con esta intención Ericsson estuvo presente en CES realizando demostraciones en seis áreas fundamentales. En la primera los visitantes pudieron colocarse un dispositivo de realidad virtual para ponerse a los mandos de una excavadora situada en Plano (Texas), la cual es capaz de controlar de forma remota. En segundo lugar, pudieron vivir la experiencia de la conducción autónoma gracias a las nuevas oportunidades para el transporte personal y de mercancías que ofrecen las redes 5G. Por último, otra demo mostró la participación activa de Ericsson en el desarrollo de sensores de calidad del agua que utilizan la red móvil para



enviar datos de manera segura, los cuales se usan para monitorizar y proteger acuíferos, corrientes y ríos vitales de modo eficiente. A su vez, la compañía también explicó cómo el modo de ahorro de energía LTE contribuye al despliegue de sensores IoT sobre el terreno con el mínimo consumo energético.

Todo parece indicar que éste será el año de la llegada de la realidad virtual al hogar y en CES hubo varios actores destacados, como Oculus, que acudió con su visor Rift, el cual saldrá a la venta en primavera. El fabricante aprovechó la celebración de CES para permitir que los usuarios pudieran reservar el dispositivo desde la Web.

Sony con el PlayStation VR, la taiwanesa HTC con el casco Vive, y Samsung con su modelo Gear VR, fueron los otros grandes protagonistas del área de realidad virtual.

NVIDIA BUSCA UN HUECO EN EL MERCADO DE COCHES AUTÓNOMOS

Fue un día antes de que diese comienzo CES, cuando Nvidia dio a conocer los detalles de su ordenador para el mercado de coches autónomos, el Drive PX2, asegurando que el primer cliente que lo instalará será Volvo.

A grandes rasgos, el Drive PX 2 ofrece “la potencia de computación de 150 MacBook Pro” tal y como aseguró Jen-Hsung Huang, CEO de Nvidia, durante su presentación en la feria. Asimismo, puede ofrecer hasta 24 billones de operaciones de “aprendizaje profundo” por segundo, lo que permite al ordenador utilizar la inteligencia artificial



Los coches conectados reinan en CES 2016



[Clicar para ver el vídeo](#)

Los wearables pretenden ir un paso más allá en gestión de datos y predicción de comportamiento humano

para programarse a sí mismo para reconocer situaciones de conducción.

WEARABLES

Los wearables ha sido otra categoría que ha triunfado en CES. Los dispositivos para llevar puestos pretenden ir un paso más allá en gestión de datos y predicción de comportamiento humano. En este contexto, Fitbit presentó Fitbit Blaze, un reloj inteligente para fitness



Los wearables dan un paso adelante



[Clicar para ver el vídeo](#)



creado para ayudar a los usuarios a sacar el máximo partido a sus entrenamientos. La firma ha mejorado algunas funcionalidades como FitStar by Fitbit, desarrollada para visualizar ejercicios en la pantalla, el GPS conectado, o PurePulse para monitorizar la frecuencia cardíaca. SmartTrack, por su parte, reconoce el ejercicio automáticamente. Asimismo, también se ha centrado en el diseño y ofrece pulseras y carcasas intercambiables y una pantalla táctil a color con diversas esferas. Fitbit Blaze incluye notificaciones como alertas de llamadas, mensajes de texto y de calendario. La batería tiene una duración de 5 días.

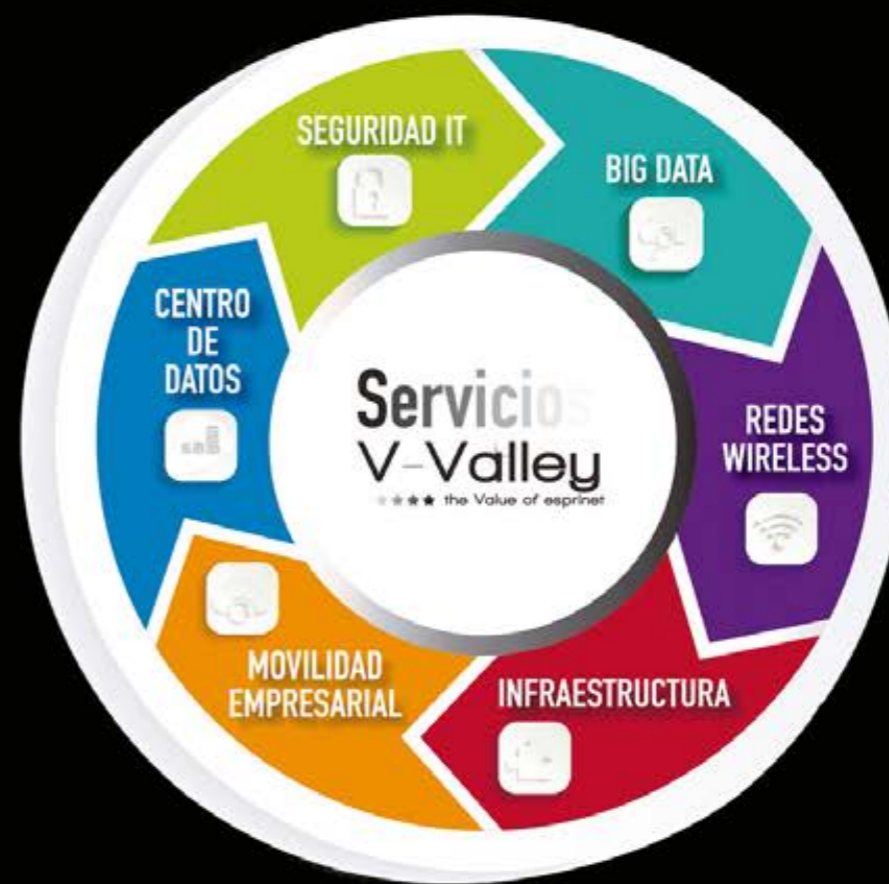
Samsung, por su parte, aprovechó la celebración de la feria para presentar toda una batería de noveda-

V-Valley

★★★★★ the Value of esprinet

V-Valley es la división de Valor de Esprinet especializada en aportar soluciones a sus clientes en las últimas tecnologías, consultoría, proyectos y servicios, de forma innovadora, orientados al mundo del valor.

Para ello cuenta con los contratos de los fabricantes de primer orden del mercado y con una estructura de marketing, comercial, técnica (preventa / postventa) y de servicios especializados y certificados para poder dar soluciones a todo tipo de proyectos orientados tanto a las pymes como a las grandes corporaciones.



976 971 179

www.esprinet.com ■ configuracion.proyectos@esprinet.com

Brian Krzanich inauguró CES 2016

Durante su intervención en CES 2016 Brian Krzanich, CEO de Intel, ha esbozado cuál es la visión de futuro de su compañía. Un futuro que pasa por la digitalización de los deportes, la salud o los drones. "Los usuarios ya no buscan productos, buscan experiencias".

Para proporcionar dichas experiencias, Krzanich anunció una serie de alianzas que abarcan todo tipo de sectores como el de la salud o los deportes, área en la que Intel va a trabajar con firmas como ESPN o Red Bull Media House; o la música, en la que se ha anunciado una alianza con The Recording Academy y que tiene a Lady Gaga como la primera artista que colaborará con Intel. Además, el CEO de Intel también anunció un acuerdo con New Balance para el desarrollo de tecnología wearable que permita a los atletas mejorar su rendimiento, y con Oakley para el desarrollo de unas gafas inteligentes.

Estos acuerdos son una muestra de las tres tendencias que, según Krzanich, marcarán el futuro



de la tecnología: un mundo inteligente y conectado, la tecnología adquiriendo sentidos humanos, y la computación convirtiéndose en ultra-personal.

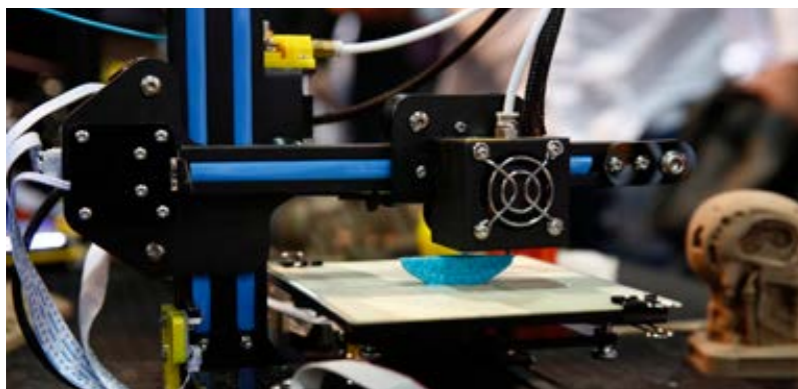
La estrategia de Intel va más allá del mercado de procesadores. "Nuestros esfuerzos han mostrado que podemos influir totalmente en la manera en que se hacen negocios a la vez que mejoramos la experiencia humana".

Brian Krzanich también esbozó cuál es su estrategia para el mercado de drones que pasa por la tecnología Intel RealSense. Así, realizó una demostración de Yuneec Typhoon H, un avión no tripulado comercial que evita colisiones y obstáculos y que estará disponible en el primer semestre de este año. Este dron será capaz de seguir a su dueño a donde vaya a través sencillas instrucciones.

La tecnología "cambiará algunas experiencias" como los fuegos artificiales "que pasarán a ser espectáculos de luces creados a través de drones", destacó el directivo.

Esta área ha cobrado especial importancia para Intel más desde que se anunciase horas antes de que comenzase CES 2016 la adquisición de Ascending Technologies, cuya tecnología se combinará con Intel RealSense para "mejorar la seguridad de los aviones no tripulados".

Krzanich también dio a conocer una alianza con Segway para desarrollar un "transportador personal" al que se ha denominado NineBot.



des, entre las que se encontraba Smart Suit, un traje inteligente que incluye dos o tres botones NFC que se pueden programar para compartir información con otras personas cuando el smartphone entra en contacto con los mismos. Además, también pueden ser programados para que, por ejemplo, el smartphone esté en silencio. Smart Swing, la camiseta inteligente de golf de la multinacional coreana, funciona de

manera muy similar, mientras que Samsung Welt es un cinturón inteligente que mide el tamaño de la cintura, el tiempo que se ha estado sentado, los pasos diarios y si alguien se ha excedido comiendo. A través de Bluetooth, el cinturón envía esta información a un smartphone que tiene instalada la app de Welt.

Firmas como Misfit o Under Armour introdujeron equipos para medir la actividad física, y Huawei

presentó dos modelos de smartwatch con Android Wear pensados para las mujeres. Denominados Jewel y Elegant, estos dispositivos ven la luz gracias al acuerdo alcanzado con Swarovski.

SAMSUNG PLANTA CARA EN EL MERCADO DE CONVERTIBLES

Samsung ya domina el mercado mundial de smartphones y ahora quiere consolidar su posición también en el de dispositivos “dos en uno” plantando cara al Surface Pro de Microsoft y al iPad Pro de Apple. Para ello presentó en CES el nuevo Samsung Galaxy TabPro S, cuya principal novedad es que integra el sistema operativo Windows 10 (Home o Pro).



Los 5 mejores drones que se pudieron ver en CES 2016



[Clicar para ver el vídeo](#)

Los drones fueron el otro plato fuerte en este CES, incorporándose a los objetos de deseo de los consumidores para este año

Básicamente, se presenta con un grosor de 6,3 milímetros, un peso de 693 gramos y una pantalla multitáctil Super AMOLED de 12 pulgadas, con un contraste de color más profundo y un 94% de tonos naturales que muestran colores más vivos y detalles más precisos, según la compañía. Y por lo que res-



pecta a su configuración, integra un procesador Intel Core M, 4 GB de memoria RAM y 128 GB o 256 GB de almacenamiento. Para mejorar la productividad, se puede adquirir por separado el adaptador multi-puerto (HDMI, USB Tipo A y C) y el lápiz Bluetooth.

Con el equipo se incluye una funda-teclado que ayuda a mejorar su uso. De hecho, la bisagra del teclado facilita dos posiciones, para una visualización más cómoda en cualquier situación. Además, la clavija Pogo elimina la necesidad de emparejar o cargar por separado; y su touchpad, similar al de un PC, mejora el control, incluso cuando se utiliza el Stand Mode.

El fabricante también ha hecho mucho hincapié en su batería. Gracias a sus funciones mejoradas, puede ser cargada completamente en dos horas y media y permite disfrutar del equipo hasta diez horas y media.

TAMBIÉN SE PRESENTARON SMARTPHONES

Huawei continúa con su ascenso en el mercado de smartphones y aprovechó la celebración de CES 2016 para presentar su nuevo buque insignia. “De la mano del Mate 8, ofrecemos un dispositivo que responde a las necesidades derivadas de una forma totalmente nueva de hacer negocios. Gracias a

este smartphone de fulgurantes prestaciones e impecable diseño, los usuarios pueden trabajar más eficientemente y aprovechar su tiempo para hablar con amigos y familiares y trabajar en tareas personales,” aseguró Kevin Ho, presidente de la división de terminales Handset Product Line de la Unidad de Negocio de Consumo de Huawei. “El Mate 8 es la máxima expresión del smartphone de alta gama. Nuestro nuevo terminal ofrece un equilibrio perfecto entre el máximo rendimiento y una gran autonomía, lo que permite a los usuarios estar conectados en todo momento y ser más productivos en todas las facetas de sus vidas”.

El chipset Kirin 950 “ofrece un rendimiento de CPU un 100% superior, un rendimiento gráfico un 125% mayor y una eficiencia un 70% superior respecto al Kirin 925”. El smartphone integra 4 procesadores A72 a 2,3 GHz con 4 procesadores A53 a 1,8 GHz, dispone de una batería de 4.000 mAh que ofrece más de dos días de autonomía en uso convencional. Además, “gracias a su tecnología de recarga

Todo parece indicar que éste será el año de la llegada de la realidad virtual al hogar y en CES hubo varios actores destacados

Uno de los objetivos de CES 2016 era hacer ver cómo las grandes ideas se están convirtiendo en realidad impulsando lo que se conoce como la sociedad conectada

rápida, el terminal puede recargarse para ofrecer suficiente autonomía para todo un día de uso en apenas 30 minutos”.

TELEVISORES Y PANELES FLEXIBLES

En el área de los televisores no hubo grandes novedades tras la llegada del 4K y las pantallas curvas. LG, Samsung, Sony y Panasonic mostraron



Qualcomm tira la casa por la ventana en el CES 2016

Qualcomm ha aprovechado la celebración del CES para anunciar algunos de sus lanzamientos más importantes que estarán disponibles en los próximos meses. Comenzando por los procesadores, el fabricante ha presentado el Snapdragon 820A, una variante del Snapdragon 820 que ofrece cuatro núcleos Kryo con tecnología de 64 bits, GPU Adreno 530 y conectividad LTE con velocidades de hasta 600 Mbps. Este SoC está pensado para ser utilizado por parte de los fabricantes de vehículos para incorporar modernos sistemas de navegación, información y entretenimiento.

Junto a esto, la compañía ha presentado una plataforma de referencia para hogares inteligentes, Smart Home Reference Platform, basada en el procesador Snapdragon 212, diseñada para ofrecer servicios informáticos, reconocimiento de voz, audio, cámara, conectividad y capacidades de control del hogar.

Finalmente, Qualcomm, en colaboración con Tencent y Zerotech, ha mostrado la plataforma Snapdragon de Qualcomm Flight en el modelo Ying, un dron que ofrece la posibilidad de grabar en 4K, carga rápida, navegación global por satélite, mapeo del entorno y un modo de piloto autónomo para poder seleccionar una ruta de vuelo predeterminada.

Por otro lado, Qualcomm ha ampliado su portfolio de módem con el nuevo LTE X5 Snapdragon optimizado para costes (9x07). Con capacidad multimodo y soportando una velocidad de descarga LTE de categoría 4 de 150 Mbps, está diseñado para ser usado en una gama de aplicaciones de banda ancha móvil y para realidades IoT que demandan LTE 4 con velocidades de descarga de hasta 150 Mbps. Paralelamente, también ha lanzado Qualcomm aptX HD, un códec mejorado que ofrece calidad de música de 24 bits sobre una conexión Bluetooth inalámbrica.

En el ámbito de la conectividad, ha mostrado en el CES su nueva familia de productos Bluetooth Smart 4.2 System-on-Chip SoC, optimizada para aplicaciones específicas de IoT, incluyendo control remoto inalámbrico, relojes inteligentes simples y soluciones de automatización del hogar. Y en el ámbito WiFi, se ha podido ver su nuevo WI-FI SON (Self Organizing Network), un conjunto completo de características de diferenciación de productos de red en el que se basan los gateways inteligentes, los routers inalámbricos, los extendedores de rango y los puntos de acceso; así como sus nuevos productos de Wi-Fi multibanda para segmentos de networking, móvil e informática.

pulgadas que se puede enrollar como un periódico. Desarrollado con tecnología OLED, permite que los elementos puedan cambiar su posición con cierta independencia, gracias a su iluminación individual.

DRONES E IMPRESORAS 3D

Los drones fueron el otro plato fuerte en este CES, y se incorporan también a los objetos de deseo de los consumidores para este año. Aunque se esperaba que GoPro lanzase su primer dron, Karma, previsto para este año, la gran novedad del fabricante fue su alianza con YouTube.

En total fueron 27 fabricantes los fabricantes que acudieron a CES, los cuales ocuparon 2.500 metros cuadrados (casi el triple que el año pasado) los que acudieron a Las Vegas. Empresas como 3D Robotics,

En CES 2016 se pudo ver la evolución del mercado de impresión 3D con modelos más pequeños y de menor coste

DJI o Parrot intentaron atraer la atención con sus propias novedades. A esto se une, además, la evolución de las impresoras 3D, segmento en el que se pudieron ver modelos en tamaños más pequeños y precios más bajos.

CONTENIDOS

Finalmente, la industria de contenidos también tuvo su protagonismo. De hecho, contó con la presencia del CEO de Netflix, Reed Hastings, que expuso sus planes de crecimiento internacional en 2016; y del director comercial de YouTube, Robert Kyncl, que

dio su visión sobre cómo el video está transformando la industria.

En definitiva, todo un mundo de novedades que prometen cambiar la vida cotidiana de las personas.



Enlaces relacionados

 [Todas las novedades de CES](#)

 [Qué pasó en CES 2016](#)

 [Ericsson en CES 2016](#)

 [HTC en CES 2016](#)

 [Huawei en CES 2016](#)

 [IBM en CES 2016](#)

 [Intel en CES 2016](#)

 [Qualcomm en CES 2016](#)

 [LG en CES 2016](#)

 [Nvidia en CES 2016](#)

 [Samsung en CES 2016](#)

 [Sony en CES 2016](#)



METIC

BARCELONA, 1 Y 2 DE JUNIO

2016

TechData

El 1 y 2 de junio celebramos
la 5ª edición de METIC, en el
CCIB de Barcelona

Reserva estos días en tu agenda

¡Contamos contigo!



TECNOLÓGICAMENTE
CONECTADOS

www.techdata.es | metic@techdata.es | [#metic2016](https://twitter.com/metic2016)

TechData

Azlan
TechData

Datech
TechData

Maverick
TechData

Triade
TechData

TechData
Mobile

TechData
Cloud



Penteco analiza la situación del cloud en la empresa española en el Penteco 2015 Highway to Cloud

Las empresas aceleran en su camino hacia la nube

Mucho llevamos hablando del Cloud Computing en España y de cómo las empresas están empezando a incrementar sus demandas de cloud, en algunos casos, o están dando los primeros pasos en su adopción, en otros. La consultora Penteco, en su Informe Penteco 2015 Highway to Cloud, ha investigado sobre el tránsito, adaptación y transformación de las empresas a las soluciones en la nube. El estudio se realizó en base a cuestionarios web y entrevistas personales con CIO y responsables de sistemas/TIC de 273 compañías y organizaciones en España, entre julio y noviembre de 2015.

De los entrevistados, el 14,7% de las empresas tenían menos de 50 empleados; el 30,8% entre 50 y 249; el 16,1% entre 250 y 1.000; y el 38,5% restante, más de 1.000 empleados. Por sectores, Banca y Seguros un 7,7%; Industria un 45,8%; Telecom y Utilities un 4,5%; Servicios un 20,6%; y Sector Público un 5,2%, quedando el 16,1% restante repartido entre otros sectores.

TECNOLOGÍA EN CLOUD EN LAS EMPRESAS

El Informe Penteo analiza cada año, y con éste ya son tres consecutivos, el sector de infraestructuras y proveedores de servicios en la nube. El sector es ya clave para la óptima digitalización de las empresas. De hecho, de acuerdo con el informe Highway to Cloud, el 97% de las empresas analizadas tie-

De acuerdo con el informe Highway to Cloud, el 97% de las empresas analizadas tienen alguna parte de su tecnología en la nube, ya sea infraestructura, plataforma o software



nen alguna parte de su tecnología en la nube, ya sea infraestructura, plataforma o software. El 35%, además, asegura tener infraestructuras en cloud. Los ingresos de los diferentes proveedores de servicios e infraestructuras mantienen, por su parte, una tendencia ascendente en los últimos años que parece no haber tocado techo todavía. Con todo, lo que han venido a denominar la autopista a la nube, se configura como el camino más deseado y el que mejor expectativa genera.

Sin embargo, esta tercera edición del informe realizado por Penteo detecta numerosas áreas sus-



Webinar. Tendencias del Cloud en España: La nube y sus aplicaciones prácticas



Clicar para ver el vídeo

Conclusiones del Informe Penteo 2015

A la vista del Informe Penteo 2015, se puede extraer algunas conclusiones:

- Los servicios en la nube están presentes en casi todas las empresas.
- El volumen de tecnología cloud es bajo y la definición de la estrategia, también.
- El mercado IaaS está preparado para asumir la demanda de las empresas.
- Los beneficios buscados se consiguen en alto porcentaje.
- Los clientes buscan proveedores con capacidad y experiencia.
- Los CIO actúan como prescriptores y decisores.
- IaaS se ha ralentizado algo, pero se esperan crecimientos de dos dígitos en los próximos dos años.

- Cloud híbrido será el modelo preferido de despliegue.



ceptibles de mejora en las compañías analizadas. Así, solo el 10% del total de las empresas son totalmente cloud y menos del 19% aseguran tener una estrategia clara en este campo.

Si nos fijamos en el nivel de entrega de tecnología en cloud, entre lo que Penteo denomina Exploradores cloud, es decir, que tienen menos de un 5% en cloud, que son un 28,9% de las empresas; y los que tienen más del 80% de su tecnología en modo cloud, un 10,5% de las empresas, hay diferentes estadios. Así, el 39,5% de las empresas cuenta con entre un 5 y un 19% de su tecnología

en cloud; el 5,3% de las firmas tiene entre el 20 y el 39% en cloud; un 13,2%, dispone de entre el 40 y el 59% de su tecnología en modelo cloud; y un 2,6% de los encuestados presenta entre un 60 y un 79% de su tecnología en cloud.

En cuanto a la estrategia cloud que comentábamos, en realidad es un 18,4% el porcentaje de empresas que cuenta con una estrategia cloud optimizada, frente al 23,7% que la define como oportunista, un 36,8% en definición, y un 21,1% que declara no tener una estrategia. Sin embargo, el 44% creen que cloud es muy importante en la estrate-

gia tecnológica de la compañía, un 35% dicen que es algo importante, y un 21% poco importante.

En esta estrategia cloud son relevantes aspectos relacionados con la garantía de la información, además del precio y los beneficios. Así, se tienen en cuenta aspectos tales como las políticas de continuidad de negocio, políticas y niveles de seguridad para los servicios, aplicaciones y cargas de trabajo que deben moverse, política de costes y beneficios que espera alcanzar la organización.

El estudio destaca también que el 73% de ellas trabaja con más de un proveedor de este tipo de servicios. Es curioso comprobar que, cuanto más optimizada está la estrategia cloud de una compa-

Los cinco beneficios más esperados son la posibilidad de no adquirir infraestructura, la escalabilidad de la misma, la flexibilidad de costes, la reducción de time-to-market, y la flexibilidad y adaptación a las necesidades del negocio

ñaía mayor es el número de proveedores con los que trabaja. Así, mientras que aquellas empresas que no cuentan con una estrategia definida afirman tener, en el 67% de los casos, un único proveedor, el 63 por ciento de los que tienen una estrategia optimizada cuenta con 4 o más proveedores.

EL ROL DEL CIO

El CIO juega un papel fundamental para el 60% de las empresas. No sólo como prescriptor del proveedor de este tipo de servicios, sino también en la decisión de compra. Así, según este informe, la dirección

promueve en un 59,5% de los casos y decide en el 50%, seguida de la dirección general, que promueve en el 11,9% y decide en un 31,8 por ciento de las ocasiones; el centro de competencias u oficina técnica, promotor en el 21,4% y decisor en el 9,1%; y la dirección financiera, promotora en un 7,1% y decidora en un 9,1%.

DESARROLLO DE LOS MODELOS

El mercado de las infraestructuras como servicio (IaaS por sus siglas en inglés), según el informe, se ha ralentizado en 2015. Sin embargo, en los próxi-

Poder dejar de preocuparse por la infraestructura es el beneficio más buscado, pero los relacionados con costes y gestión son los que más defraudan



Webinar. Tendencias Cloud: Seguridad, Desmaterialización y Compliance



Clicar para ver el vídeo

mos años se prevén crecimientos de dos dígitos. El 16% de los encuestados tiene previsión de incorporar infraestructura en cloud a sus negocios este mismo año. Supondrá pasar del 35% actual al 50%. A largo plazo (más de 12 meses), estudio estima un crecimiento ligeramente superior al 14%, superando la penetración del 65%.

Más del 71% de las empresas encuestadas considera que las soluciones IaaS son suficiente o totalmente maduras, frente a un 7,2 por ciento que afirma estar convencido de que el mercado no es lo suficientemente maduro, lo que le provoca desconfianza.

Pero en el informe han querido ahondar en los beneficios obtenidos frente a los esperados. Así, poder dejar de preocuparse por la infraestructura es el beneficio más buscado, pero los relacionados con costes y gestión son los que más defraudan.

Los cinco beneficios más esperados son la posibilidad de no adquirir infraestructura, la esca-

labilidad de la misma, la flexibilidad de costes, la reducción de time-to-market, y la flexibilidad y adaptación a las necesidades del negocio, aspectos que también ocupan los cinco primeros puestos en la lista de los beneficios obtenidos, si bien tanto la reducción como la flexibilidad de costes



El modelo de cloud más extendido en la empresa española es el privado, presente en el 41,9% de los casos. Solo el 22% de las organizaciones ha optado por el público

[¿Te avisamos del próximo IT Reseller?](#)

Repaso a los proveedores

Además de analizar la realidad del mundo cloud en la empresa española, el informe repasa el papel de los diferentes proveedores. En esta ocasión, Penteo sitúa a T-Systems en cabeza del ranking, por, tal y como señala la consultora, “el mayor catálogo de servicios y la adaptabilidad a proyectos concretos”. Además, el estudio destaca la prioridad otorgada a esta línea de negocio en la estrategia de la compañía, que la sitúa en el centro de su acción empresarial. La seguridad en el tratamiento de datos en sus centros de datos en Alemania, es el otro gran valor para la firma de análisis.

Completando el pódium de honor se encuentran dos compañías como IBM y Hewlett Packard Enterprise (HPE). De la primera se destaca su “amplio catálogo de soluciones altamente industrializadas y adaptables a necesidades específicas”, y se señala como positiva la ampliación de su red de partners como medio para ampliar su cartera de clientes. De HPE se apunta como clave a su integración de nube pública y privada con “opciones reales de usar estándares abiertos”.

NTT Communications, Atos y Telefónica se sitúan en la parte media de la tabla. NTT Communications destaca por la alta valoración de sus clientes en su conocimiento y en la facilidad de su gestión gracias a portal de operación Enterprise Cloud. Por otro lado, el informe Penteo destaca

de la estrategia de Atos su posicionamiento como “integrador de distintos servicios aprovechando sus altas capacidades en otras áreas”, aunque señala que la compañía debe seguir creciendo en el mercado nacional. Respecto a Telefónica, el estudio destaca que su oferta presume de una gran penetración en el mercado y tiene una buena recomendación de sus actuales clientes.



Completan el ranking otras compañías como Nexica y Mediacloud, empresas que destacan no tanto por su volumen de negocio en el área sino por ofrecer una oferta sencilla pero efectiva y estar respaldadas por grandes grupos con una gran potencia comercial.

Puntos clave a tener en cuenta

Penteo destaca 5 puntos clave a tener en cuenta del mercado de proveedores:

- La nomenclatura de los proveedores es no estándar. Hay una sobre-utilización de la palabra cloud.
- A excepción de algunos proveedores globales, la oferta se centra en cloud privado e integración con clouds públicos.
- Los servicios gestionados, adaptables pero industrializados, son el valor de los grandes integradores que permiten a los clientes despreocuparse de la infraestructura.
- La plataforma SAP (incluido Hana) y en menor medida Oracle empiezan a estar disponible en modo cloud.
- Con alguna excepción, la facturación de servicios en pago por uso real sólo es posible en cloud público. En cloud privado los contratos se realizan con tiempos de permanencia y líneas base.



son los más alejados entre el ratio esperado y obtenido.

El modelo de cloud más extendido en la empresa española es el privado, presente en el 41,9% de los casos. Solo el 22% de las organizaciones ha optado por el público. El modelo de despliegue híbrido, que combina clouds privadas y públicas, se sitúa como punto intermedio. Es la opción del 35,5% de los encuestados y será, según las previsiones del estudio, el modelo de futuro al aunar las ventajas de ambos.

FACTORES Y BARRERAS DE ADOCIÓN

El conocimiento del sector, la experiencia técnica o la seguridad de los procesos son los factores más valorados por el mercado a la hora de elegir com-

pañía de servicios cloud. El estudio incorpora otras variables, como la satisfacción de los clientes actuales, la solidez y viabilidad de los servicios o la flexibilidad y facilidad de uso para ofrecer el análisis más completo del sector cloud en España.

Pero, ¿cuáles son las principales barreras que tiene que superar cloud todavía en la empresa española? La principal es no haber acabado de amortizar la infraestructura actual de la empresa, seguida de cerca por la seguridad de los datos, la compatibilidad del modelo cloud con los sistemas presentes en la empresa, SLA poco claros o exhaustivos y la falta de recursos expertos.

Una vez tomada la decisión, la empresa debe enfrentarse a la elección de uno de los más de 75 dife-

El conocimiento del sector, la experiencia técnica o la seguridad de los procesos son los factores más valorados por el mercado a la hora de elegir compañía de servicios cloud

rentes que hay en nuestro país, y optar por servicios divididos, principalmente, en dos grupos: servicios industrializados, con máxima homogeneización y automatización en busca de economías de escala; y servicios ad-hoc, a medida, en base a recursos predeterminados pero adaptables.



Enlaces relacionados



Ventajas empresariales de una mayor adopción de la nube



Construir una cloud híbrida. La TI como servicio



Toda la actualidad de cloud computing



Penteo



About Avnet



Accelerate



Technology

Confíe en Avnet Technology Solutions España como **distribuidor de soluciones tecnológicas** con las empresas más innovadoras del mundo

Avnet Technology Solutions Iberia

Madrid

C/Vía de los Poblados 1
Edificio D, 6ª Planta
28033, Madrid

Telf: (+34) 91 787 06 00

E-mail: marketing.es@avnet.com

Barcelona

Jesús Lozano

Telf: (+34) 618 217 226

E-mail: jesus.lozanogarcia@avnet.com

Portugal

Bernardete Carvalho

Telf: (+351) 910 887 598

E-mail: bernardete.carvalho@avnet.com



Fabricantes y mayoristas creen que las adquisiciones continuarán en 2016

La consolidación del canal mayorista continúa

Sólo ha pasado un mes desde el comienzo de 2016 y ya se han producido grandes compras en el sector mayorista. Esta política, que no es nueva, conlleva una serie de beneficios tanto para el sector TI en general como para el canal de distribución en particular. No obstante, también tiene repercusiones menos positivas. Hemos hablado con fabricantes y mayoristas quienes nos han explicado cuáles son las implicaciones de la consolidación del canal mayorista.



“Estas políticas pueden ser beneficiosas, tanto para el mercado mayorista, como para el resto del canal, ya que pueden provocar una recuperación de la rentabilidad al haber menos competidores”

*Juan Antonio del Rio,
director de canal de Dell España*

No habíamos acabado de digerir las uvas que marcan el comienzo de 2016 y ya se había producido la primera gran compra del año en el sector mayorista. GTI anunciaba la adquisición de Diode por una cantidad que no ha sido desvelada, pero que permitirá al mayorista reforzar su posición en áreas como Internet de las Cosas o comunicaciones.

Pocos días después de la compra de Diode se conocía la adquisición de otro mayorista. Se trata de Transition Systems que ha sido adquirido por Exclusive Networks. El objetivo, en esta ocasión, es ganar peso en la zona de Asia Pacífico.

2016 empieza, de esta forma, con grandes adquisiciones, una política que no es nueva. Sólo el año pasado, Ingram Micro adquirió al proveedor



holandés de servicios de entrega, logística inversa y servicios de pago online Docdata, por el que desembolsó 175 millones de dólares; a Odin, plataforma con la que Ingram Micro pretende reforzar su presencia cloud y por la que pagó 100 millones de dólares; a la británica CANAI y a la portuguesa Clarity Technologies, movimiento que tiene al área de movilidad como eje; y a las operaciones de Tech Data en Chile y Perú.

MOTIVOS

“La consolidación se ha producido sobretudo en el segmento de mayoristas de valor, donde aún quedaban bastantes jugadores locales. La crisis y el atractivo de nuestro mercado han favorecido



que estas adquisiciones se hayan producido". Éste es, en opinión de Juan Antonio del Río, director de canal de Dell España, el motivo principal de que asistamos a tanta adquisición en el mercado mayorista.

Y es que, según palabras de Juan Manuel López, responsable de marketing de Exclusive Networks, la consolidación en el mercado mayorista "es un proceso natural". La crisis y post-crisis "han provocado fusiones, adquisiciones e incluso la desaparición de algunas empresas", algo que no sólo afecta al canal mayorista de TI, sino que "ha ocurrido en todos los sectores de la economía".

"El rol de mayorista está cambiando significativamente, y muchas de esas adquisiciones vienen motivadas por la necesidad de adaptarse a lo que

el mercado está demandando de ellos", explica Iñigo Osoro, director de canal de IBM España. "Por ejemplo, la irrupción del cloud hace que el mayorista tenga cada vez menos peso en el apartado logístico, ya que tanto el software como el hardware se aprovisionan online; sin embargo, cada vez es más importante como agregador de oferta, y en este caso cobra un papel importante como hub de distintos fabricantes en la nube. Algunos mayoristas han hecho adquisiciones para posicionarse en este sentido".

UN PROCESO QUE NO ES NUEVO

La consolidación del canal mayorista es un proceso que no es nuevo. Desde hace ya años, el mercado TI ha asistido a grandes compras. Sólo hay que



"En un futuro es probable que se produzca la adquisición o desaparición de figuras más pequeñas"

*Antonio Gordo,
director general de DMI Computer*



pensar en grandes nombres, como Memory Set o UMD, que fueron adquiridas por Esprinet; o Afina, que fue comprada por Westcon Group, para comprobar que esta política de adquisiciones es continua.

"Esta situación lleva siendo casi una constante hace ya muchos años" señala Paulí Amat, country manager de Tech Data España. "En momentos de crisis, los más fuertes sobreviven y los más fuertes aprovechan para consolidarse. Y, en períodos de bonanza, la situación es similar porque la especialización de algunas compañías hace de ellas un plato apetecible para los actores globales. Todo ello, unido a una masificación que se gestó en la década de los 90 y que aún hoy está en proceso de corrección, puede dar una idea del por qué".



“El beneficio fundamental que aportan las adquisiciones en el mercado TI es la especialización”

*José María García,
country manager de Esprinet Ibérica*

Pero, ¿va a continuar esta política de compras? “Desde Esprinet intuimos que el mercado mayorista va a seguir la política de las adquisiciones”, apunta José María García, country manager de Esprinet Ibérica. De la misma opinión se muestra Juan Pablo Rossi, presidente de GTI, al asegurar que “es posible que veamos fusiones entre grandes grupos de distribución internacionales”.

Antonio Gordo, director general de DMI Computer, cree, sin embargo, que en España también se van a producir adquisiciones, ya que, en nuestro país, y “comparándonos con otros países de nues-

tro entorno como Alemania o Francia, existen muchas figuras”.

La consolidación es “una evolución lógica del mercado. Así que, sí, podríamos decir que la política de adquisiciones continuará, con mayor o menor intensidad, pero continuará”, puntualiza Paulí Amat.

No obstante, Juan Manuel López considera que el sector de la distribución mayorista “ya ha alcanzado la madurez”. En este sentido “será difícil la aparición de nuevos grandes jugadores debido a las barreras del mercado”.





MÁS DE 15 AÑOS CRECIENDO

COMO MAYORISTA

INFORMÁTICO

MCR se ha convertido en uno de los líderes de distribución y comercialización de informática, aportando soluciones y ofreciendo lo último en tecnología de las principales marcas del sector e integrando soluciones específicas adaptadas a cada tipo de cliente.

“Preveo que la consolidación continuará”, afirma Iñigo Osoro. “Hay dos tendencias imparable, y que no han terminado todavía de ordenar el mercado: la internacionalización, que hace que cada más, los jugadores globales jueguen un papel más relevante; y la especialización, que obliga a mayoristas de cualquier tipo a adquirir o a desarrollar negocios muy especializados, con mucho conocimiento dentro de la casa”.

COMPRAS LOCALES O ADQUISICIONES INTERNACIONALES

Todo parece indicar que seguiremos asistiendo a compras este año. Lo que se desconoce es si éstas serán a nivel local, como la de GTI por parte de Diodo, o a nivel internacional, como la protagonizada por Exclusive Networks y Transition Systems.



“Sin duda, esas adquisiciones se darán en mayor medida a nivel local”, asevera Juan Antonio del Río. Sin embargo, y tal y como puntualiza Juan Manuel López, “algunas pasarán casi desapercibidas debido a que su magnitud no será muy relevante”.

Iñigo Osoro, por su parte, predice que “van a seguir habiendo adquisiciones de compañías pequeñas por parte de las grandes, especialmente en mercados en crecimiento como son el Este de Europa, África o Latinoamérica”. En el caso de la Unión Europea en general, y de España en particular, “los movimientos tendrán más que ver, o bien con la adquisición de especialistas, o bien con adquisiciones relacionadas con contratos de fabricantes específicos”.

Aunque las compras se van a producir en ambos niveles, “en los mercados locales dependerá de la situación de cada país y en los internacionales se tendrán en cuenta esos casos en los que existen sinergias muy elevadas que pueden llevar a plantear una fusión” destaca Juan Pablo Rossi.

GRANDES ADQUISICIONES

Otra de las grandes dudas que se plantean es si este año asistiremos a la adquisición de grandes mayoristas. “Año tras año se habla de mayoristas que quieren comprar empresas y empresas que quieren ser compradas. Esprinet es una compañía con la suficiente fuerza para adquirir empresas y que continuamente estamos recibiendo propuestas de empresas que se quieren incorporar a nuestra compañía. A día de hoy no contemplamos ninguna adquisición, pero evaluamos todas las



“Estos movimientos son positivos para las grandes compañías, pues consolidan la oferta y cuentan con más recursos profesionales”

Juan Manuel López, director de marketing de Exclusive Networks



propuestas interesantes que recibimos”, reconoce José María García.

Juan Antonio del Rio insiste en que, aunque “es posible que se produzca alguna consolidación entre los grandes mayoristas en determinados países, hay más recorrido aun en la adquisición de figuras más pequeñas”.

Las grandes adquisiciones “no será la norma. Puede producirse alguna iniciativa de estas características, pero es muy difícil preverlo. Sin duda alguna, y como ocurre en otros muchos sectores, las empresas más pequeñas son las más propensas a ser adquiridas, pero no se puede descartar movimientos de mayor envergadura”, explica Paulí Amat, mientras que Juan Pablo Rossi cree que si no se producen este año “será más adelante”.

[¿Te avisamos del próximo IT Reseller?](#)

“Es posible que veamos fusiones entre grandes grupos de distribución internacionales”

Juan Pablo Rossi, presidente de GTI

Lo que es más probable es que “se produzca la adquisición o desaparición de figuras más pequeñas”, vaticina Antonio Gordo.

“Es difícil que haya compras entre los grandes, pero en este sector todo es posible. Lo que es seguro es que veremos sorpresas, porque cada vez la separación entre roles es menos clara y seguro que jugadores que no eran mayoristas entran en el negocio de distribución, particularmente en el mundo SaaS. No me sorprendería ver a proveedores de servicios gestionados montando plataformas cloud que compitan en la distribución con el

mayorista tradicional” asegura Iñigo Osoro. “Esta aparición de nuevos competidores para el mayorista puede venir incluso de algunos fabricantes; ya vemos hoy cómo algunos fabricantes no recompensan al mayorista por el negocio recurrente en cloud; en IBM tenemos claro el valor del mayorista, y vamos a seguir apostando por ellos”.

MERCADOS MÁS PROPENSOS

En los últimos años, las grandes adquisiciones han sido consecuencia de la intención de los mayoristas de hacerse un hueco en mercados concretos, tanto nivel geográfico como de sector tecnológico. De cara a un futuro, y en opinión de Antonio Gordo, “la mayor parte de las adquisiciones que se puedan producir serán en cadenas de tiendas y en mayoristas locales o nacionales”, mientras que Juan Manuel López apuesta por “aquellos mercados con mayor nivel de especialización, pero menor grado de madurez”.

Las compras se producirán en segmentos que “atienden a tendencias emergentes” puntualiza Paulí Amat. “Por ejemplo, vemos en el sector resellers que se han especializado con éxito en áreas específicas como seguridad, servicios cloud, A/V, movilidad, etc. o en sectores específicos, como





como lo es la propia tecnología y en algunos casos un especialista puede aportar mucho valor en una adquisición”.

BENEFICIOS PARA EL SECTOR...

La compra de una empresa por parte de otra suele provocar, en un primer momento, cierta incertidumbre. No obstante, y a la larga, suele conllevar numerosos beneficios para el sector TIC en general, y para el de la distribución en particular.

En este sentido, Juan Antonio del Río apunta a la recuperación de la rentabilidad como una de las grandes ventajas, “al haber menos competidores”.

En opinión de Iñigo Osoro “hay beneficios evidentes, como las economías de escala financieras y logísticas; desde un punto de vista de valor, las adquisiciones que buscan complementar el port-

nos figuras, algo que esperemos contribuya a una mejora de márgenes en toda la cadena de distribución, que buena falta hace”.

“Cualquier movimiento de estas características es un arma de doble filo para el sector, porque habrá que estar muy atentos a cómo sea la evolución posterior. Hemos visto, por ejemplo, a empresas fabricantes de chips y componentes adquirir empresas de seguridad, o a gigantes del software comprar empresas de telefonía... En el canal ocurre lo mismo, las iniciativas de adquisición pueden suponer sinergias beneficiosas o integraciones imposibles”, destaca Paulí Amat.

No obstante, “algunas fusiones y adquisiciones son tan progresivas que no afectan al sector a medio plazo. Lo negativo viene cuando algunas grandes empresas compran a otras pequeñas por el valor, para luego, acabar matándolo” asevera Juan Manuel López, mientras que Juan Pablo Rossi añade que “muchas veces se ha entendido como una señal de maduración del mercado, donde termina habiendo ganadores y perdedores, pero una excesiva concentración no aporta beneficios precisamente”.

“El beneficio fundamental que aportan las adquisiciones en el mercado TI es la especialización, pudiendo llegar a más partners en ramas del mercado de la distribución que antes no se trabajaban” reconoce José María García.

...Y PARA LOS FABRICANTES

En el caso de los fabricantes, Juan Manuel López destaca que “estos movimientos son positivos para

“El rol de mayorista está cambiando significativamente, y muchas de esas adquisiciones vienen motivadas por la necesidad de adaptarse a lo que el mercado está demandando de ellos”

Iñigo Osoro, director de canal de IBM España

educación, servicios online o electrónica de consumo, y que pueden ser plato de gusto para las grandes figuras”.

Juan Pablo Rossi cree que no hay un segmento más propenso a adquisiciones que otro. “No olvidemos que el modelo mayorista es un modelo vivo

folio del mayorista con un área de oferta no cubierta suponen sin duda un beneficio para el reseller, porque le da acceso más fácilmente a soluciones más completas para sus clientes”.

En cambio, para Antonio Gordo el beneficio “más claro es que se concentrara más negocio en me-

“Cualquier movimiento de estas características es un arma de doble filo para el sector, porque habrá que estar muy atentos a cómo sea la evolución posteriormente”

*Paulí Amat, country manager
de Tech Data España*

las grandes compañías pues consolidan la oferta y cuentan con más recursos profesionales. Por el contrario, para las start-ups, cada vez van quedando menos opciones”.

Los fabricantes “tendrán menos opciones de comercializar sus productos ya que tendrán menos opciones de distribución, se simplificará su tarea de control de la distribución, ahorro de costes ya

que necesitaran menos recursos para conseguir sus objetivos de venta y distribución”, considera Antonio Gordo.

Juan Antonio del Rio destaca que “estas concentraciones, permiten invertir de una forma más intensa en un grupo de mayoristas más reducido, concentrando así la inversión para llegar al mismo número de distribuidores”. Sin embargo, “esto también supone una menor especialización de los mayoristas en los productos de los fabricantes”.

“En algunos casos el valor vendría al reducirse la competencia, esto ya lo hemos visto en algunos países. En este caso no sería una buena noticia para el mercado y muy mala para los fabricantes que esos mayoristas representan”, considera Juan Pablo Rossi.

Lo que está claro es que la compra de mayoristas “requiere un período de adaptación de la oferta, lo que para el canal supone un período de adaptación, pero en definitiva las aguas suelen volver a su cauce”, finaliza Paulí Amat.



Enlaces relacionados




-  [Entrevista Dell](#)
-  [Entrevista DMI](#)
-  [Entrevista Esprinet](#)
-  [Entrevista Exclusive Networks](#)
-  [Entrevista GTI](#)
-  [Entrevista IBM](#)
-  [Entrevista Tech Data](#)
-  [Predicciones 2016 para el canal de distribución](#)



DMI

Computer



-  Más de 25 años en el mercado
-  Cuatro delegaciones comerciales
-  Más de 10.000 m² de superficie

-  Más de 5.000 referencias en stock
-  Servicio de entrega 24h

“DMI cuenta con una cartera de productos sólida y relevante, con una gran capacidad de adaptación y adecuación a las necesidades del mercado, que asegura el éxito y unas relaciones de distribución duraderas y fuertes.”

Emilio Sánchez-Clemente, Gerente de DMI



¿Qué es 100 veces más rápido que Wi-Fi y da acceso a Internet a través de la luz?

Tecnología Li-Fi

Imaginemos una Internet instantánea. Una muy rápida que supera con creces el rendimiento que, de promedio, te promete cualquier operador con una línea de cable. Y, para hacerlo aún más increíble, que todo provenga de una bombilla. ¿Ciencia ficción?

No: Li-Fi, la nueva promesa de tener una conexión a Internet muy rápida y que utilice la luz como sistema de conexión.

Por Arantxa Herranz

Teniendo en cuenta que las LED son cada vez más una fuente común de iluminación de cualquier habitación, se está abriendo una nueva vía para la vinculación de los dispositivos móviles a Internet a través de las bombillas. Y, además, con el potencial de hacerlo con mayor ancho de banda y un tiempo de respuesta más rápido que las conexiones Wi-Fi que tenemos en la actualidad.

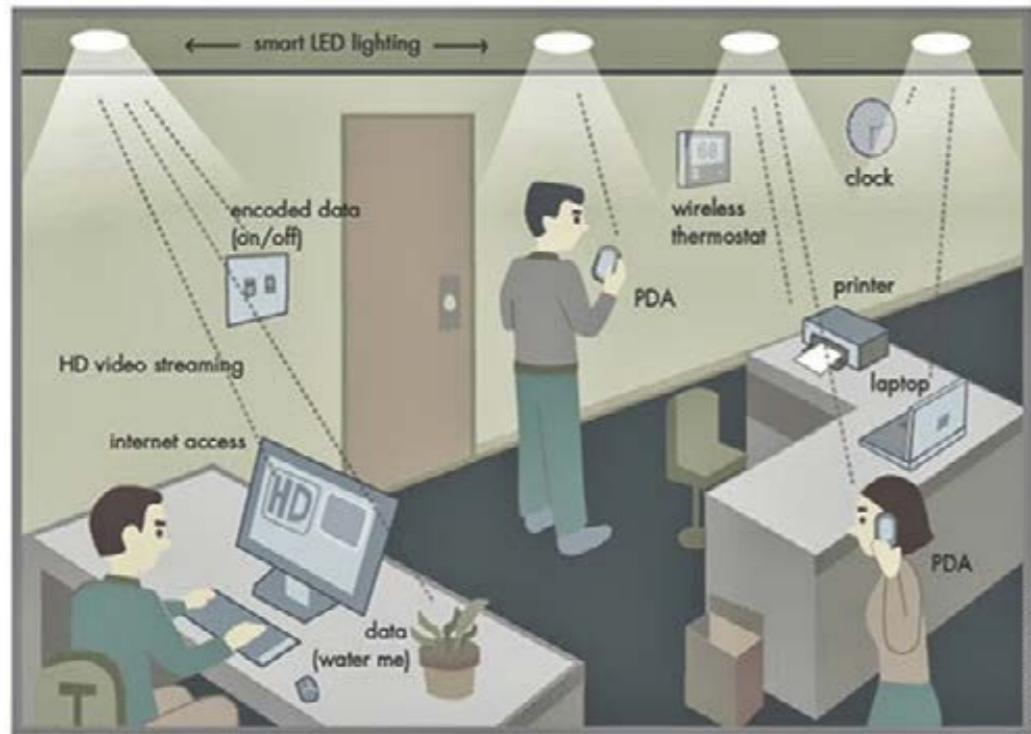
No estamos ante una película de ciencia ficción: una startup de Estonia, llamada Velmenni <http://velmenni.com/>, ha utilizado recientemente lo que se denomina Li-Fi para transmitir datos a velocidades de hasta 1 gigabit por segundo (Gbps). Es decir, una conexión a Internet con una velocidad alrededor de 100 veces más rápido que la tecnología actual Wi-Fi gratuita.

Es decir, que con Li-Fi podríamos descargar una película de larga duración en apenas unos segundos. Si estas velocidades nos parecen rápidas, cabe

añadir que en pruebas de laboratorio se han llegado a alcanzar velocidades de hasta 224 Gbps.

PERO, ¿QUÉ ES LI-FI?

De hecho, su mayor velocidad con respecto a las actuales conexiones inalámbricas es una de sus principales promesas. Pero sus defensores y promotores también enarbolan las banderas de la seguridad y el sufrir menos interferencia entre dispositivos como otras de sus principales bazas.



por lo que se supone que cualquier bombilla podría servir como punto de conexión. Esto, además, abre la puerta a que se pueda acceder de manera inalámbrica a Internet desde lugares donde actualmente no es fácil que haya conexión Wi-Fi (como cabinas de los aviones, hospitales y entornos peligrosos).

Aunque dicho así suena fantástico, lo cierto es que esto también plantea una serie de inconvenientes. Por ejemplos, que no se puede utilizar al aire libre debido a la luz solar, ya que ésta interfiere en la señal.

Cabe recordar que no es la primera vez que se emplea la luz ya se utiliza para la transmisión de datos, aunque la combinación que hace Li-Fi sí que es especial y novedosa, lo que podría facilitar su adopción. Eso sí, la velocidad también dependerá de lo que ofrezca cada proveedor de acceso a Internet.

QUE NADIE DESPIDA A WI-FI

¿Estamos ante el principio del fin de Wi-Fi? Pues no, para nada. De hecho, quienes están tras la investigación y desarrollo, incluso a nivel comercial, de esta nueva tecnología insisten en que Li-Fi no es una propuesta para acabar ni con las redes Wi-Fi, ni con el cable ni con las conexiones 3G/4G y venideras. Igual que todas estas opciones coexisten en la actualidad

Para resumirlo, Li-Fi es una tecnología que utiliza el espectro visible para transmitir datos. Li-Fi (Light Fidelity), también conocida como Visible Light Communications (VLC), es una nueva tecnología que, además, presume de no tener ni provocar interferencias con otras señales de radio, ya que emplea la luz, por lo que su utilización sería más fácil. Cabe recordar que las redes Wi-Fi, en particular, son las que operan en el rango de 2,4 GHz, por lo que a menudo se topan con problemas de interferencia, dado que hay muchos otros dispositivos que están acaparando ese espacio. La utilización del espectro radio eléctrico está sujeto a concesiones administrativas y regulatorias, mientras que la luz no sufre estos inconvenientes para su utilización y explotación.

Uno de sus principales atractivos, pues, es que solo necesita de una fuente de luz (como bombillas LED)



LiFi: ¿qué es?



[Clicar para ver el vídeo](#)

y son complementarias, Li-Fi vendría a completar aún más el espectro de soluciones disponibles para poder acceder a Internet, complementando las posibilidades que cada una del resto de opciones ofrece.

No en vano, cabe señalar que Li-Fi también tiene sus limitaciones. Por ejemplo, no puede penetrar las paredes, por lo que puede haber conexión en una habitación, pero no en la contigua si tiene la luz apagada. Como hemos explicado antes, tampoco funciona bajo la luz solar directa.

Pero, a su vez, este inconveniente se torna en otra de las principales ventajas que muchos ven en Li-Fi: la seguridad, puesto que los datos que transferimos en una habitación cerrada no podrían ser intercep-



Li-Fi es una tecnología que utiliza el espectro visible para transmitir datos

tados. Volviendo a ser la pescadilla que se muerde la cola, ¿no podemos entonces contar con una red WAN con esta tecnología? Nada más lejos: para desplegar una red de área local inalámbrica óptica ba-

sada en Li-Fi, tendremos que conectar las habitaciones unas con otras. ¿Cómo? A través del conector de Li-Fi, un repetidor que envía los datos desde un lado de la pared a la otra a través de un cable de fibra óptica, que conecta los dos conectores de las habitaciones en cada lado de la pared. Si las habitaciones son pequeñas, es posible que sólo se necesite un único conector Li-Fi.

En estos momentos también está en fase de desarrollo el router Li-Fi, que permitiría la conexión de redes con el enlace externo (cable de fibra óptica, DSL, GigE...).

UN POCO DE HISTORIA

En 2011, Harald Haas habla por primera vez en un TEDGlobal sobre la posibilidad de utilizar la luz para conectarse a Internet y del concepto Li-Fi.

Según su "creador", para crear una red WAN basada en Li-Fi será necesario disponer de un conector en la habitación, un router Li-Fi y una "nube" con todas las prestaciones. Según Haas, "ya existen todos estos componentes, todos los mecanismos. Sólo hay que ponerlos juntos y hacer que funcionen".



Harald Haas: datos inalámbricos en cada foco incandescente



Clicar para ver el vídeo

El grupo de trabajo universitario de Haas, junto con investigadores de las universidades de Cambridge, Oxford, St. Andrews y Strathclyde, se encuentran ahora mismo en la mitad del proyecto de cuatro años del Consejo de Investigación de Ingeniería y Ciencias Físicas del Reino Unido. Una aventura que cuenta con una financiación de 5,8 millones de libras.

Durante la celebración de la Conferencia de Fotónica IEEE en octubre de 2015, los miembros del consorcio mostraron los avances que están logrando. Por ejemplo, el equipo ha utilizado LED rojos,

Su objetivo no es reemplazar a Wi-Fi ni las conexiones 3G/4G, sino ser un complemento



Descubra Li-Fi para sus conexiones a internet



[Clicar para ver el vídeo](#)

verdes y azules disponibles en el mercado como los emisores y como fotodiodos para detectar la luz.

Haas asegura que esta versión actual de Li-Fi tiene una limitación importante: los LED existentes, y por el hecho de que los LED se utilizan tanto como transmisores y detectores al mismo tiempo. Sin embargo, el consorcio ha sido capaz de crear un LED mejor, que proporciona una velocidad de datos cercana a los 4 gigabits por segundo.

OTRAS ALTERNATIVAS

Por otra parte, el Instituto Fraunhofer de Microsistemas Fotónicos, en Dresde, Alemania, también trabaja en el desarrollo de este sistema y Frank Deicke, quien dirige el equipo de desarrollo de Li-Fi en

Fraunhofer, asegura que la luz infrarroja es la más idónea para explotar este tipo de conexiones, especialmente en entornos industriales más que para el consumidor final.

En opinión de este experto, con su desarrollo “puedes tener más o menos la misma velocidad de datos que un cable USB,” dice Deicke. “Eso es muy difícil para la mayoría de las tecnologías inalámbricas, como Wi-Fi y Bluetooth”. Otra ventaja, según Deicke, es que la latencia de la conexión Wi-Fi (el tiempo que pasa entre cuando se envía una señal y cuando es recibida) se mide en milisegundos, mientras que la latencia en Li-Fi es del orden de microsegundos. Algo que sería de especial importancia en aplicaciones industriales, donde los datos tiene que fluir

Mayor velocidad y seguridad son algunas de sus principales ventajas

entre sensores, actuadores y una unidad de control, por lo que la baja latencia y las altas velocidades harían de Li-Fi mucho más útil que Wi-Fi.

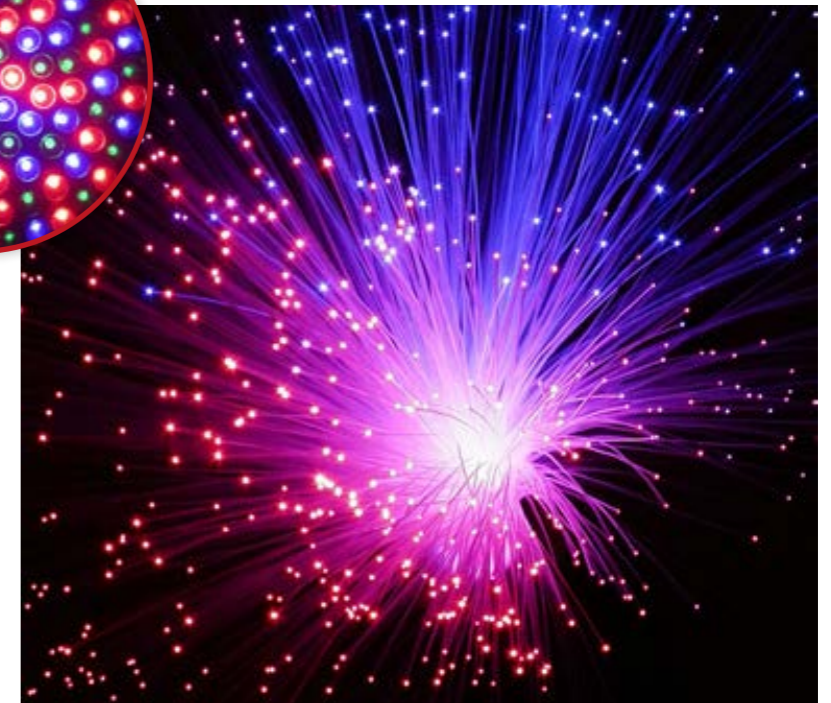
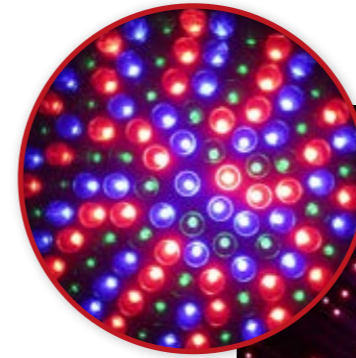
EL IMPACTO POTENCIAL Y COMERCIAL

Las posibles consecuencias de Li-Fi son bastante considerables. Para cualquier propietario de una

cafetería o restaurante, esta tecnología puede ser muy valiosa (especialmente si eres uno de los primeros lugares que la ofrecen) para ofrecer conexión inalámbrica a alta velocidad.

También puede ser muy útil en aquellas zonas, como las más rurales, donde no es sencillo que lleguen las conexiones a Internet de alta velocidad.

Pero, como decimos, no es hora de pensar en reemplazar las conexiones Wi-Fi. No solo porque, tal y como se encargan de remarcar todos los implicados en el desarrollo, ése no es el objetivo, sino porque el ecosistema necesario para su despliegue comercial aún tiene que desarrollarse.



Descubra Li-Fi para sus conexiones a internet



Clicar para ver el vídeo

Lo cierto es que, de momento, no hay ningún producto comercial disponible y son varios los centros de investigación y desarrollo, en varios continentes, los que trabajan en este sistema. También hay varias empresas intentando ser los primeros en tener un producto comercial, entre ellos el propio acuñador del término con pureLiFi.



Enlaces relacionados



[Qué es Li-Fi](#)



[Tecnología Li-fi](#)



[Shedding Light On LiFi](#)



[The Siren Call of Li-Fi](#)



INGRAM MICRO[®]

**Empower
your business**

 **Más Info**



CloudMarketplace



Adquiere tus licencias
con pago mensual
en Ingram Micro

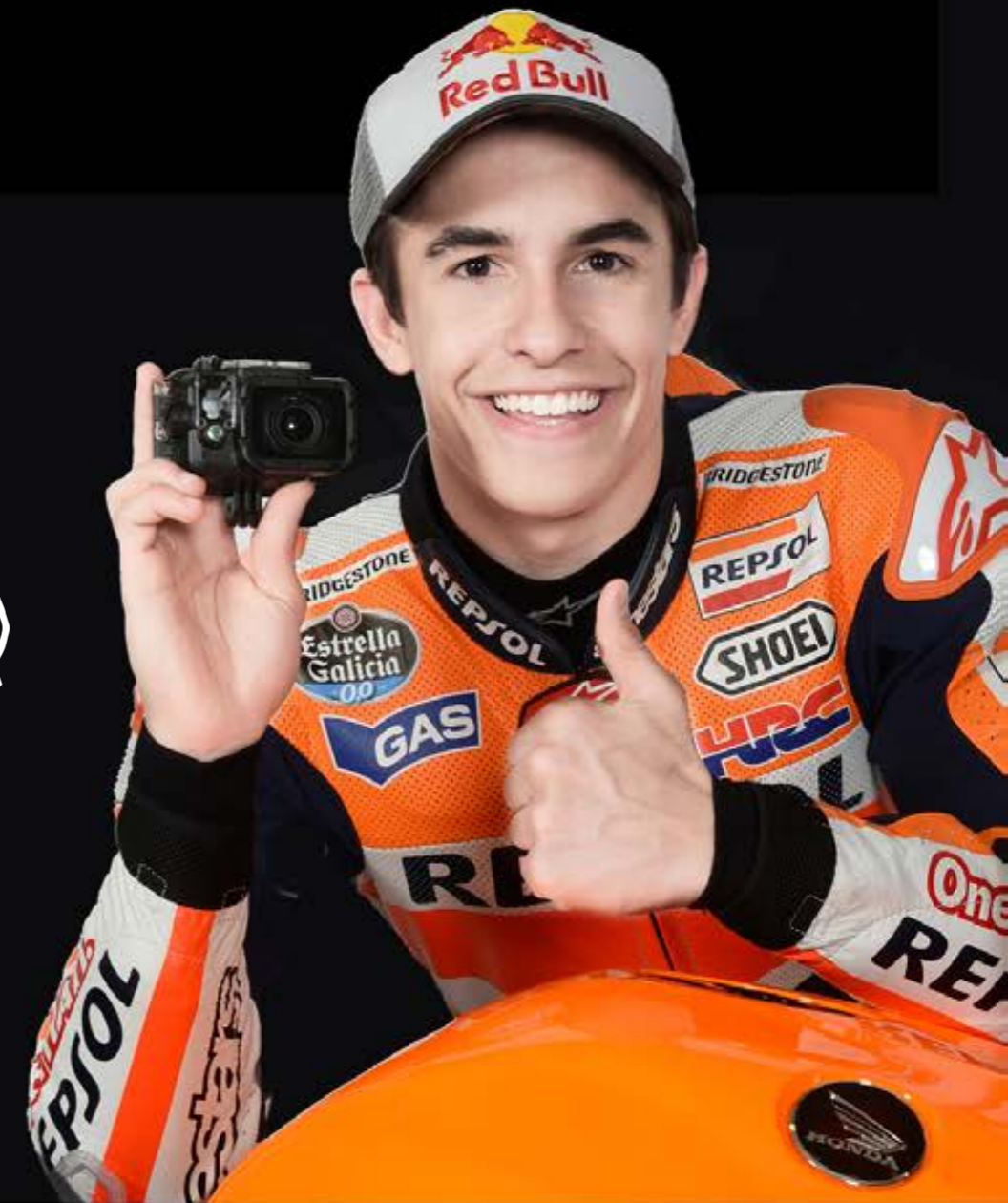


No solo



NILOX

EVO  93



La nueva cámara
ON BOARD del campeón

www.nilox.com

NILOX - ESPRINET GROUP
Campus 3.84 - Nave 1 C/Osca nº2, PLAZA
50.197 Zaragoza. Tel: 976 766 110



José Luis Montes Usategui

Director de Smart Channel Technologies

Director de Channel Academy

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

Con mi bola de cristal, *para 2016*

Acaba de publicar IT Europa (si no estás suscrito a su boletín gratuito, quizá deberías) su Informe con predicciones para el año que acabamos de estrenar, y lo he estado leyendo con detenimiento. Te lo puedes descargar desde los enlaces de interés, si también te interesa.

Y he estado pensando en qué forma esas predicciones se pueden trasladar a nuestro ámbito geo-

gráfico, el español, desde el análisis crítico y el conocimiento de una realidad y tiempos diferentes al entorno europeo. Así que he sacado lustre a mi bola de cristal, y aquí me arriesgo a lanzar mis predicciones para este 2016, basadas (o no) en las de dichos expertos.

La primera muy clara, es que seguirá la consolidación del canal, tanto en mayoristas como en part-





Gartner: 10 tendencias TIC para 2016



Clicar para
ver el vídeo

ners. Ya hemos visto un movimiento reciente y lleno de inteligencia de GTI al adquirir Diode (en este mismo número hay una amplia información sobre este movimiento en el mercado), y veremos más a ambos lados de la mesa.

Hay tres causas principales para que esto se acelere: la crisis ha dejado un reguero de empresas del canal debilitadas y a buen precio para quien pueda interesarse y tenga dinero fresco, estamos ante un gran cambio generacional en el que muchos fundadores de notorias empresas del sector se acercan a la edad de comenzar a ceder el testigo y muchos de ellos no tienen relevo familiar y, por último, para afrontar con competitividad la nueva revolución que nos viene hace falta un tamaño y capacidad de sumar recursos que pone a muchas empresas del canal frente a la opción de adquirir empresas complementarias por geografía o por "expertise".

[¿Te avisamos del próximo IT Reseller?](#)

La segunda predicción es que lo de la nube no solo va a triunfar (por si alguien todavía lo dudaba), sino que además se va a hacer más complejo. Conforme un mercado madura, se desatan varios procesos, y uno de ellos es la "comoditización" pero otro de efecto opuesto es la aparición de segmentos (o nichos) nuevos. Hoy, hablas con la gente del sector y parece que todo se reduce a nube pública o privada o híbrida, a Amazon o a Azure, y poco más. Y no. Para empezar, porque la legislación suele

llegar tarde a todos lados, pero llega, y ahí tenemos como ejemplo las noticias recientes acerca de la no validez del "Puerto Seguro". Y esto es solo el



principio y una muestra de dónde va a llegar el set de requisitos para almacenar en la nube determinados datos sensible. Así que, pongamos por caso, el sector médico, las administraciones públicas, el sector educativo, los departamentos de recursos humanos de cualquier empresa, las de venta online y, en realidad, casi cualquiera que maneje datos mínimamente personales, debe de plantearse seriamente hacerlo en nubes locales y de alta seguridad. Y esa es otra, porque pocos sabrían responder en qué se diferencia un Virtual Data Center Tier III de uno Tier IV, y ahí andamos, alegres, subiendo cosas críticas a sitios que igual son vulnerables.

La tercera predicción es que va a explotar el Business Intelligence, espoleado en parte por el Big Data e IoT, y de ahí se va a derivar una enorme fuente de dos cosas preciosas y que suenan la mar de bien:

Es imparable la tendencia a que todo acabe siendo "pay per use", así que los negocios del canal cada vez más deben de contemplar el modelo de negocio del Managed Services Provider

de negocio para el canal y de ventajas competitivas para sus clientes. Se suman todos los avances revolucionarios en las TIC, con nuevas generaciones digitales que navegan con habilidad en el análisis de cuadros de mando, y con que la competencia empuja como nunca. Así que si no estás, ya te lo estás empezando a mirar.

La cuarta predicción es que el talento es cada vez más importante y escasea, así que como muchos de nosotros todavía somos más negociantes que empresarios, y llevamos la boina enroscada a tornillo, pues igual no sabemos cuidar del talento como necesitamos, ni lo atraemos ni lo retenemos, y mientras está con nosotros está por ver que lo

El 50% de los empleados del país son de la generación Millennial, y en pocos años serán alrededor del 75%, y es gente que se mueve por otras motivaciones y funciona de otras formas que las generaciones precedentes

tengamos implicado. Vale, igual estoy siendo un poco drástico, pero ya sabes que a veces lo soy con objeto de sacudir conciencias. Lo cierto es que, ya el 50% de los empleados del país son de la generación Millennial, y en pocos años serán alrededor del 75%, y es gente que se mueve por otras motivaciones y funciona de otras formas que las generaciones precedentes. Así que si no sabes de qué maldita cosa estoy hablando, deberías de empezar a informarte: hay decenas de miles de documentos accesibles, pero puedes encontrar en nuestros enlaces de interés una explicación bien ordenada y es simple pero completa.


Quinta predicción: ¿todavía basas tu “core” de negocio en la venta de hardware? Estás muerto y no lo sabes.

Y la sexta predicción es que es imparable la tendencia a que todo acabe siendo “pay per use”, así que los negocios del canal cada vez más deben de contemplar el modelo de negocio del “Managed Services Provider”. Y eso significa muchas cosas: desde que hay que obtener las acreditaciones necesarias con los partners adecuados, que igual no son los de siempre, a que hay que ser capaz de gestionar nuestras finanzas para poder soportar un viraje tan grande en los flujos de caja, a que nuestra fuerza comercial y marketing debe de ser capaz de vender de otra forma y con otro ciclo de venta, les guste o no (que no les va a gustar, casi seguro).



Goldman Sachs: Tendencias tecnológicas para 2016

 [Clicar para ver el vídeo](#)

Y aquí mi bola de cristal empezó a empañarse y, lo siento, no soy capaz de ofrecerte más predicciones ... así que espero que con estas tengas algunos elementos de análisis y reflexión para este nuevo año. 

Enlaces relacionados

 [IT Europa](#)

 [Predicciones de IT Europa para 2016](#)

 [Safe Harbour](#)

 [Millennials en el puesto de trabajo](#)



NO TE PIERDAS NUESTROS #ITWebinars

■ Martes, 23 de febrero de 2016 – 15:30 PM

“CIBERSEGURIDAD PARA PYMES: PROTÉGETE SEGÚN TU TAMAÑO, ACTIVIDAD Y RECURSOS”



Ponente: Javier Carvajal Azcona, Director general de icraitas.

La creencia general es que el principal objetivo de los ciberdelincuentes son las grandes empresas, donde pueden encontrar, si su ataque tiene éxito, un mayor beneficio económico, información más valiosa y más prestigio personal dentro de su entorno. Sin embargo, las grandes empresas están cada vez más protegidas y les resulta mucho más sencillo atacar a organizaciones con menor nivel de protección. En este IT Webinar mostramos cuáles son los puntos más débiles en la seguridad de una pyme y las medidas que deben tomar, para poner en marcha un sistema de protección ajustado a sus riesgos, recursos y actividad.

¡ÚNETE!



■ Lunes, 29 de febrero de 2016 - 15:30 PM

“INFORME PENTEIO 2015: HIGHWAY TO CLOUD”



Ponente: Marc Isern, analista responsable en Penteio del área de infraestructura en cloud y servicios de outsourcing.

Según el informe ‘Highway to Cloud’ de Penteio, el 97% de las empresas tienen alguna parte de su tecnología en la nube, sea infraestructura, plataforma o software, y los ingresos de los diferentes proveedores de servicios e infraestructuras mantienen una tendencia ascendente. Ve este IT Webinar y conoce qué modalidad de cloud está más extendido en las empresas españolas; qué cualidades se buscan en un proveedor; cuáles son las áreas susceptibles de mejora en las compañías analizadas o qué compañías están liderando cloud en España.

¡ÚNETE!



>> TAMBIÉN BAJO DEMANDA <<





 [Asier de Artaza Azumendi](#)
Director de
www.yesmanagement.es

Intervenciones positivas en las organizaciones

Una parte más de la psicología orientada a los resultados

Es momento en esta ocasión de hablar de intervenciones desde la psicología positiva que mejorarán el rendimiento, la capacidad de reponerse a las dificultades, la satisfacción de los equipos y de la organización; promoviendo la salud, la calidad laboral y la excelencia organizacional

Como es habitual en esta tribuna, en vez de meternos en un elemento en profundidad, realizaremos una visión integral de todas las cuestiones que integran estas intervenciones, introduciéndonos parcialmente en ellas y dejando a cada directivo su desarrollo propio en más detalle.

Nacido en Bilbao hace 42 años, es también conferenciante y formador habitual en grandes empresas sobre Psicobusiness, Psicología aplicada a la obtención de resultados en la empresa. Ha formado parte de varios Consejos de Administración y trabajado en 8 compañías, sectores y localizaciones. Es Licenciado en Empresariales y Marketing, en la actualidad termina su segunda carrera, Psicología; es Máster en Consultoría de Empresas, Máster en Digital Business, Posgrado en Dirección Financiera y Control Económico y Mediador Mercantil.



El primer elemento a evaluar está relacionado con la atracción de talento, reclutamiento, selección y retención. Y preguntarse cómo la empresa define y presenta su marca empresarial cuando se trata de reclutar y seleccionar gente es fundamental

Dicho esto, nos encontramos con dos planos diferentes de actuación, el organizacional y el individual. En este artículo analizaremos la dimensión organizacional, donde la primera intervención será evaluar los recursos y las prácticas realizadas en nuestra empresa, y ver los resultados que están dando.

ATRACCIÓN, SELECCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO

El primer elemento a evaluar está relacionado con la atracción de talento, reclutamiento, selección y

retención. Y preguntarse cómo la empresa define y presenta su marca empresarial cuando se trata de reclutar y seleccionar gente es fundamental; sobre todo, hacerlo desde una visión de las capacidades naturales de empleado para comportarse, pensar y sentir de una manera específica y auténtica, lo que le hará sentirse lleno de energía.

Seguido nos encontramos con la gestión del contrato psicológico. Entre la empresa y el empleado existe una noción de reciprocidad, en la cual esperamos un balance óptimo entre lo que damos y recibimos del otro. Podríamos estar, por ejemplo, hablando del binomio salario y esfuerzo. Un aspecto muy importante es la gestión y control de este acuerdo periódicamente, ya que ambas partes pueden desviarse en sus percepciones, que conviene aclararlas y centrarlas.

Así que finalizaremos este primer bloque con una labor de informa-



ción y auditoría a la organización, y a sus equipos de trabajo, sobre cómo desarrollan sus niveles de recursos y prácticas organizacionales saludables (como, por ejemplo, el apoyo social transmitido y recibido), sus niveles de bienestar (es decir, a modo de ejemplo, la unión emocional con la organización) y sus resultados organizacionales (que podemos "traducir" por la calidad del trabajo).

Antes de entrar en el siguiente elemento del plano organizacional, haré una mención a la utilidad de los talleres de experiencias positivas. Se trata de reuniones de empleados en las que participan activamente para mejorar su disfrute y compromiso con el trabajo, su relación con los demás y su calidad en el trabajo. Experiencias realizadas en este sentido promueven la autoconsciencia, la comunicación, las habilidades en resolución de conflictos, y la resiliencia. En el fondo, es promover los sentimientos positivos, pensamientos y conductas respecto a uno mismo y los otros, de forma que se produzca



Work engagement

 **Clicar para ver el vídeo**

una realidad bidireccional positiva que genere una espiral ascendente de mejora.

DISEÑO ORGANIZACIONAL Y DE PUESTOS

Vayamos ahora a trabajar sobre el diseño organizacional y de puestos. Porque prácticas como invertir en recursos para el control del tiempo y del método de trabajo, (trabajado en grupo), generan compromiso con la empresa. También la formación en el rediseño del trabajo, la inversión en recursos sociales (clima, coordinación y trabajo en equipo) son positivos en el engagement y en el desempeño.

Otras prácticas saludables estarían relacionadas con el equilibrio trabajo-familia, la prevención del mobbing, el fomento de la salud psicosocial y estrategias en la comunicación e información.

Y hablando de diseño organizacional, tenemos la opción de cambios del lugar de trabajo, ya que muy probablemente aumentan el engagement, en el caso de empleados que se sienten desafiados por su nuevo puesto de trabajo y cuentan con competencias suficientes para su nuevo reto.



La formación en el rediseño del trabajo, la inversión en recursos sociales, como clima, coordinación y trabajo en equipo, son positivos en el engagement y en el desempeño

El liderazgo transformacional es un recurso social clave y tiene un papel primordial. Por su importancia y extensión le dedicaremos una tribuna próximamente. Mientras tanto, cabe decir que el líder transformacional es carismático, inspirador y visionario, motiva a los empleados y construye el compromiso con la empresa, muestra la convicción, toma posiciones claras, desafía a los empleados talentosos, comunica optimismo, estimula y fomenta la creatividad y la innovación, y escucha las inquietudes de sus colaboradores. Inspira confianza, respeto, orgullo y aumenta el optimismo, la esperanza y la resistencia con el fin de desarrollar más de lo que se espera.

CREENCIAS DE AUTOEFICIENCIA

Y, por fin, tratamos el último apartado, de tremenda importancia, que está relacionado con las creencias de autoeficacia. Éstas no son otra cosa que “creer



que se puede”, cuestión altamente explotada por el movimiento emprendedor actualmente. Y es que las creencias de autoeficacia influyen en el comportamiento, pensamiento, motivación y sentimientos de los empleados, lo que a su vez correlaciona con el bienestar y los resultados positivos, produciendo un círculo vicioso positivo. Además, promueve las prácticas colaborativas en el compromiso de equipo, produciendo también “experiencia de flow”, disfrute y absorción por el trabajo. Estamos ante un fenómeno de automotivación, ya que, como consecuencia de la evaluación de su propia competencia, los empleados establecen nuevas metas que movilizan un plus de esfuerzo, se centran en la consecución

de estos objetivos y son persistentes ante las dificultades.

Estas creencias se pueden impulsar con experiencias de formación con ejercicios prácticos que proporcionen experiencias de éxito profesional y sugieran buenos modelos de conducta de otras personas. Es también interesante persuadir verbalmente ofreciendo entrenamiento, aliento y ánimo; y reducir el miedo al fracaso a nivel individual y colectivo. De entre estos, cabe destacar la enorme potencia de las experiencias de éxito de terceras personas.

Terminamos este episodio de psicobusiness aquí. En la próxima tribuna pasaremos a la aplicación de la psicología a los resultados de la ac-

Las creencias de autoeficacia influyen en el comportamiento, pensamiento, motivación y sentimientos de los empleados, lo que a su vez correlaciona con el bienestar y los resultados positivos, produciendo un círculo vicioso positivo

tividad económica, pero en esta ocasión no desde el empleado, sino desde nuestra actividad con los clientes. Como siempre agradezco el positivo feedback de estos contenidos y quedo a vuestra entera disposición para cualquier intercambio en este apasionante mundo del psicobusiness, la fusión de la psicología aplicada 360° a la buena marcha de los negocios.



Enlaces relacionados



[El contrato psicológico](#)



[Work Engagement](#)



5 estrategias para una protección de datos moderna

El actual crecimiento de la información, junto con otras tendencias como la consolidación del data center o la virtualización, están haciendo estragos en los enfoques “convencionales” para el backup y la recuperación de datos. Lee en este documento cómo resolver los retos en materia de gestión de información y asegurar que las organizaciones están preparadas para satisfacer las demandas futuras.



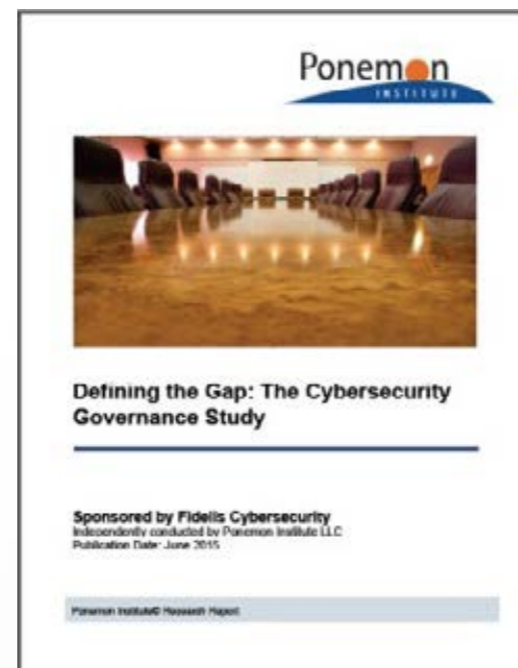
5 consideraciones clave para garantizar la recuperación de datos

Las empresas modernizan la producción de TI porque les permite ser más productivos. Sin embargo, a medida que llevan a cabo la modernización de su entorno de producción, se ven obligadas a reconocer que están utilizando unos enfoques inadecuados para proteger sus datos. Lee aquí 5 consideraciones clave para garantizar la recuperación de datos.



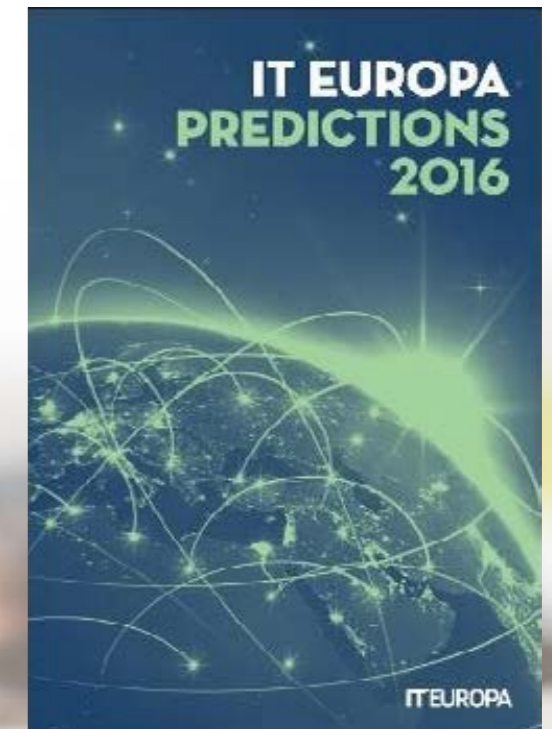
El gobierno de la Ciberseguridad

La disminución de los costes y la reputación por un ciberataque ha hecho que el gobierno de la ciberseguridad sea una cuestión crítica para los negocios. La preocupación por este tema ya no es solo una función de IT. En su lugar, la posibilidad de recibir multas, tener litigios y los costes asociados con la resolución de un incidente de seguridad ha elevado la cuestión a la junta directiva. Este estudio de Ponemon Institute pretende determinar si las juntas directivas son una ayuda o un obstáculo para la creación de una fuerte estrategia de ciberseguridad.



Cómo va a ser 2016 para el canal de distribución


Con la economía mundial creciendo a un mayor ritmo que 2015 y con la industria de TI liderando ese crecimiento, ¿cómo va a transcurrir este año para el canal de distribución? Este documento de IT Europa revela dónde va a estar la oportunidad de negocio para la red de venta indirecta.



La Documentación TIC a un solo clic



Ignacio González

 [Socio fundador y responsable del departamento de Asesoría Jurídica de dPG Legal](#)

Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y Master en Derecho de las nuevas Tecnologías y Telecomunicaciones por la Universidad Pontificia de Comillas. Actualmente, es el Responsable del Departamento de Corporate Defense de [dPG Legal](#), de la cual también es Socio y Fundador.

¿Quién debe proteger nuestra intimidad en la red?

En las últimas semanas hemos sido espectadores de un nuevo debate, con tintes casi apocalípticos, que se suma a la lista de asuntos públicos entre Estados Unidos y Europa que llevan consigo una larga cola de polémica. Tras el ya conocido TTIP, cuya gestación parecía digna del Área 51, ahora ha entrado en escena Safe Harbour, una nueva muestra de los efectos de la globalización y de la revolución de la tecnología digital en la sociedad del siglo XXI que supone una serie de reglas que deben cumplir aquellas empresas de Estados Unidos que quieran transferir datos personales con la UE.

Antes que nada, es necesario conocer los inicios de Safe Harbour. Su gestación comienza sobre el año 1995, cuando la Unión Europea, con ánimo proteccionista, desarrolla la directiva 95/46/CE para proteger el derecho a la intimidad de sus ciudadanos. Ya en esos años, los procesadores eran capaces de gestionar millones de datos por segundo y las redes de transmitir esa información con una velocidad endiablada, una capacidad que ha ido multiplicándose con los años.



Pocos años más tarde, cada vez eran más las empresas que estudiaron formas de sacar partido a estos fenómenos para conocer las preferencias y necesidades de sus potenciales consumidores. El problema es que toda esa información que comenzaron a atesorar es parte de nuestra intimidad personal. Y aquí se fraguan las primeras diferencias: el

Estados Unidos y Europa llegarán a un nuevo acuerdo de Safe Harbour que acreditará un esfuerzo de los estados por proteger los derechos de sus ciudadanos, pero esta solución no es suficiente



europeo, acostumbrado a que un paternal estado vele por sus intereses, delega en sus instituciones la protección de sus derechos, mientras que el americano, algo más liberal, no acaba de exigir tal papel a sus gobernantes.

De esta forma, los Estados miembros impulsaron legislaciones propias. En nuestro país se aprobó una Ley Orgánica, ya que consideraba que la protección de la intimidad de las personas es un derecho fundamental. Esta norma establece los principios de tal protección y, en definitiva, crea límites a la obtención y tratamiento de esos datos, así como crea una serie de derechos para los usuarios e incluso prohíbe las transferencias a aquellos destinos en los que no se garantice una protección 'equiparable'.

¿Cuál es el problema? Que los negocios no entienden de fronteras y en un mundo globalizado, lo que está protegido en un estado, deja de estar

lo en otro. Vistos los inconvenientes, se desarrolló Safe Harbour, permitiendo que aquellas empresas que voluntariamente quisieran, pudieran acogerse al cumplimiento de estos principios para que la UE pudiera conocer qué empresas los cumplían.

Y así estábamos funcionando, sin saber realmente qué hacen con los datos de cada uno, hasta que el Tribunal de Justicia de la UE decide en octubre de 2015 que los principios de Safe Harbour no son válidos. Ahora surgen dos preguntas clave: ¿qué va a suceder a partir de ahora? Y, ¿es posible luchar contra lo inevitable? En mi opinión, ambas preguntas tienen respuestas más filosóficas que políticas.

Está claro es que el sistema no puede esperar a que los estados lleguen a acuerdos. Las



¿Cómo afectará a las compañías tecnológicas?

 **Clicar para ver el vídeo**



En la actual vorágine de progreso tecnológico, la ley siempre irá por detrás. Así ha sido casi siempre y más aún en los últimos 20 años. Por ello, no parece factible establecer estrategias de protección definitivas


empresas valoran demasiado sus negocios como para dejarlos en manos de lobbies internacionales y, por eso, trabajan para solucionar estos problemas con ideas imaginativas (¿Es necesario enviar esos datos a EE.UU.? ¿Se vulnera la legislación europea si no es posible identificar a la persona física con los datos tratados?). Los Estados están condenados a entenderse, y cuando las empresas apliquen soluciones, los primeros adaptarán sus leyes para dar la necesaria y lógica cobertura.

La segunda, es más escabrosa. En la actual vorágine de progreso tecnológico, la ley siempre irá por detrás. Así ha sido casi siempre y más aún en los últimos 20 años. Por ello, no parece factible establecer estrategias de protección definitivas. Creo que el ciudadano del siglo XXI debe asumir que su intimidad es menor que antes y debe ser responsable de cómo y a quién entrega su intimidad. Nuestros datos están surfeando la red, no hay más que teclear nuestro nombre y apellidos en Google para verlo. Y eso sólo es la punta del Iceberg. Facebook, LinkedIn, Twitter, los servidores de todas las entidades a las que facilitó sus datos alguna vez, los bancos, Hacienda, la Seguridad Social... todos ellos cuentan con una

robusta base de datos personales de cada uno de nosotros.

Estados Unidos y Europa llegarán a un nuevo acuerdo de Safe Harbour que acreditará un esfuerzo de los estados por proteger los derechos de sus ciudadanos, pero esta solución no es suficiente. La fórmula más efectiva de protección es la suma de los esfuerzos legislativos y la concienciación de los ciudadanos/usuarios, quienes deben responsabilizarse



de entregar a terceros sólo la información imprescindible, aunque signifique renunciar a ciertas “comodidades” para preservar el valor de la intimidad. 



Enlaces relacionados

-  [Toda la actualidad de Safe Harbour](#)
-  [Comunicación entre la Comisión Europea, el Parlamento Europeo y el Consejo Europeo sobre el intercambio de datos personales](#)
-  [Principios de privacidad de Safe Harbour](#)
-  [Quién es quién en las negociaciones: Penny Pritzker](#)
-  [Quién es quién en las negociaciones: Vera Jourová](#)
-  [Discurso de Vera Jourová en la Conferencia Digital Values](#)

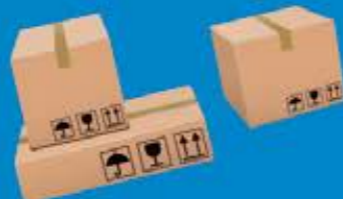
INGRAM MICRO[®]

OFERTA DE LANZAMIENTO

Nuevo servicio online para envíos

Descubre el nuevo servicio de Correos
que Ingram Micro te ofrece.
Esta lleno de ventajas. ¡Pruébalo ya!

- Entregas en 24-48 horas
- Envíos de hasta 5 Kg



precio
3,5€

peso máx.
5 Kg

entrega*
**24h
48h**

Fecha inicio del Servicio Paq 48: 11/01/2016

Servicio válido sólo para Península y Baleares. El precio para Baleares es de 5€.

* La entrega en 24-48h. es para pedidos que se validen antes de las 15:00 h.



Para más información acerca de este servicio:
comercial@ingrammicro.es

 **CORREOS**



Alberto Lázaro
**Personal Trainer Manager
en Benefits Body Mind**

Su carrera profesional se inicia en 2001, habiendo trabajado en algunos de los mejores centros deportivos de la Comunidad de Madrid, especialista en entrenamiento funcional y últimas tendencias, Alberto aparte de entrenador personal, es desde hace ya varios años formador de entrenadores y ponente en cursos y seminarios enfocados a "Entrenamiento personal y salud".

TRX, tu compañero de entrenamiento

Muchas son las empresas en las que, por un motivo u otro, los viajes forman parte de la rutina semanal, mensual o anual, y es cierto que si te gusta entrenar, hay ocasiones en las que simplemente con llevar unas zapatillas para correr y algo de ropa deportiva no es suficiente. Por ejemplo, si la climatología no acompaña y/o si el "gimnasio" del hotel en el que te hospedas hace mucho tiempo que dejó de ser un gimnasio. Por eso, este mes me gustaría poder presentarte un elemento que en cuanto lo pruebes será un imprescindible en tus entrenamientos, tanto si estás de viaje, como si no lo estás.

Se trata del TRX, a mi juicio una de las herramientas de entrenamiento más versátiles del mercado en este momento, y, por supuesto, la más cómoda de transportar.

TRX nace en EE.UU., de la mano de Randy Hetrick, marine americano, siendo la respuesta ante la necesidad de mantener una buena condición física en todo momento en sus misiones de larga duración, ya que, como te decía antes, es pequeño, no pesa y



se puede montar en cualquier parte: el complemento ideal.

La mecánica es muy sencilla, se trata de unas cintas, que se pueden enganchar y/o colgar en prácticamente cualquier parte, y con el peso de tu cuerpo te permiten realizar todo tipo de ejercicios. De este modo, consigues trabajar la fuerza de una forma global, y, lo que es más importante, regulando tú en todo momento la intensidad que le das a tu entrenamiento.



BENEFICIOS DEL ENTRENAMIENTO CON TRX

Los beneficios de entrenar con TRX son varios. Aquí que incluimos algunos:

- **Entrenamiento de masa muscular motora y masa muscular estabilizadora.** No solo te estarás moviendo mientras realizas los ejercicios, sino que, además, tendrás que estabilizar tu cuerpo mientras entrenas; el equilibrio mejora a cada sesión.
- **Mayor gasto calórico** por una mayor exigencia en los movimientos.
- **Mejoras en la coordinación de las capacidades motoras,** al trabajar va-



TRX ROLL OUT - Giros de pie

[Clicar para ver el vídeo](#)

La mecánica de TRX es muy sencilla, se trata de unas cintas, que se pueden enganchar y/o colgar en prácticamente cualquier parte, y con el peso de tu cuerpo te permiten realizar todo tipo de ejercicios

rias articulaciones a la vez; tu sistema nervioso se ve "forzado" a mejorar la coordinación inter e intramuscular.

- **Gran funcionalidad y transferencia,** tanto a la vida diaria, como la actividad deportiva.

¿DÓNDE PUEDO ENCONTRARLO?

A día de hoy, todas las webs especializadas en la venta de material deportivo te ofrecen la posibilidad de comprar este elemento, te dejo alguna de



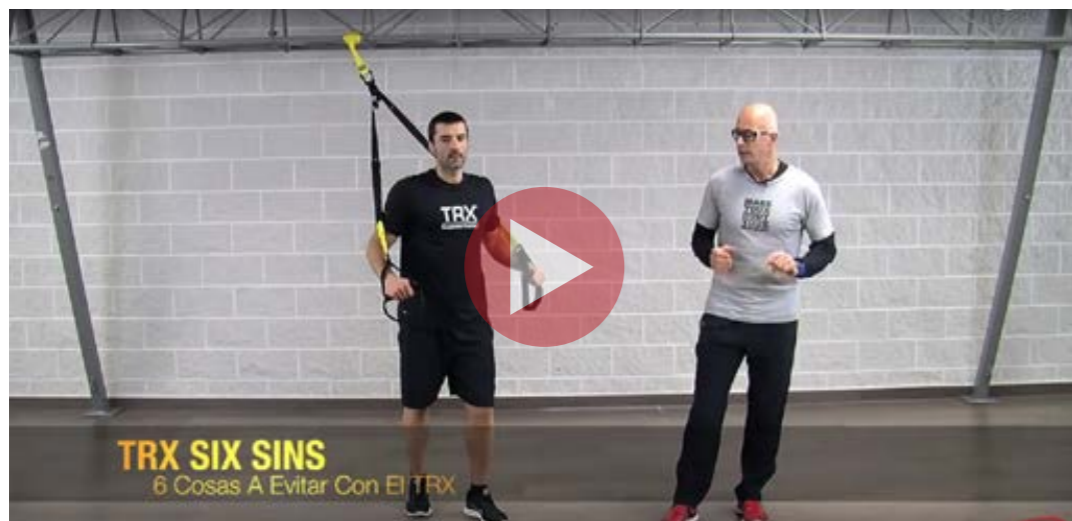
ellas para que puedas comparar y elegir la que más se adapte a ti:

- [Aerobic&fitness](#)
- [Tecnosport](#)
- [ELKsport](#)

CLAVES PARA ENTRENAR CON TRX

Una herramienta tan útil como ésta, debe ser bien utilizada, por seguridad, y para sacarle el máximo partido. Por eso te voy a dar unos consejos que te serán de gran utilidad en tus entrenamientos:

- **Anclaje y seguridad.** Muy importante contar con fijación o anclaje seguro. Al ser un elemento de entrenamiento del que quedas suspendido, si crees que la sujeción no va a ser buena, o existe cualquier riesgo de que se pueda soltar, no entrenes ahí. Puedes encontrar los diferentes anclajes también a la venta.



TRX SIX SINS / 6 Cosas a evitar con el TRX

[Clicar para ver el vídeo](#)

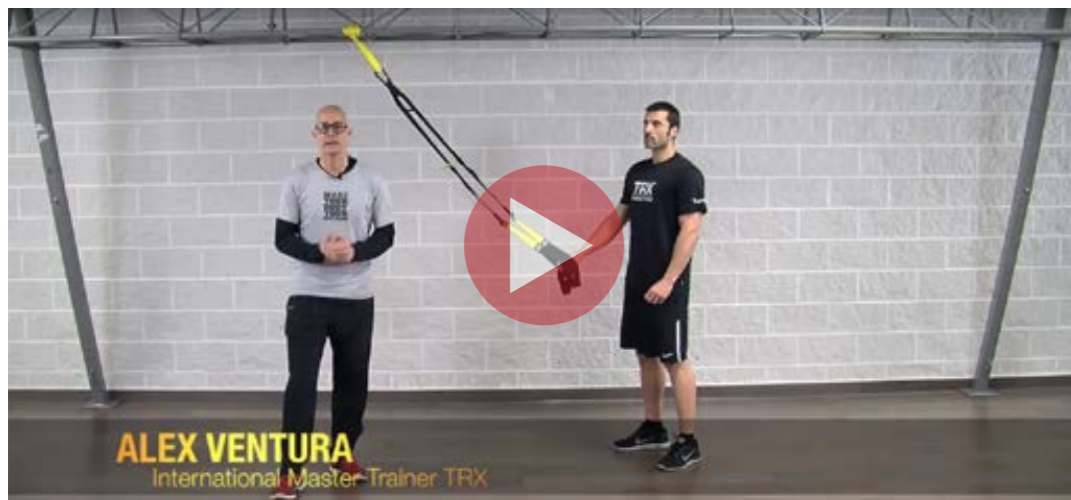
- **Inclinación e intensidad.** La intensidad variará en función de la inclinación que uses, y será más difícil con más inclinación o más sencilla con menos. Puedes incluso cambiar la intensidad durante la misma serie, sin necesidad de parar de hacer el ejercicio.
- **Progresión.** Cada ejercicio puede ser incrementado en cuanto a intensidad, siempre y cuando tu nivel lo permita. No cambies a una opción más complicada de trabajo si no dominas perfectamente la anterior, el riesgo de lesión es muy alto. Si acabas de empezar con tu TRX, puedes facilitar el trabajo en los ejercicios cambiando los puntos de apoyo o acortando los brazos de palanca.
- **Tensión constante.** Uno de los errores más comunes durante el entrenamiento en suspensión es perder la tensión de las cuerdas, ya que en determinadas fases del ejercicio se relaja la musculatura implicada, o se trabaja con poca inclinación. Trata de no fallar en este punto para conseguir un trabajo más seguro y más intenso.

• **Altura de las cuerdas.** Aunque se pueden dar unas pautas orientativas iniciales en cada ejercicio para la altura de los agarres de las cuerdas, no es un factor determinante para poder realizar el ejercicio, ya que depende de la aplicación de otros factores, como experiencia en el entrenamiento, grado de intensidad que se desea dar al ejercicio...



Cada ejercicio puede ser incrementado en cuanto a intensidad, siempre y cuando tu nivel lo permita

Uno de los errores más comunes durante el entrenamiento en suspensión es perder la tensión de las cuerdas, ya que en determinadas fases del ejercicio se relaja la musculatura implicada, o se trabaja con poca inclinación



TRX 4 MOVES WARM-UP / Calentamiento en 4 movimientos

[Clicar para ver el vídeo](#)

- **Tus pies en el suelo.** Hay varias formas de colocar los pies en el suelo para trabajar con TRX, sin embargo todo depende de la comodidad para quien lo usa. Mientras que no te escurras y tu posición sea correcta, da igual que apoyes toda la planta del pie, solo los talones... Además, en función del número de apoyos y la base de estos, conseguirás más o menos intensidad

(por medio de la inestabilidad), luego en cada ejercicio variará.

Si te apetece probar, no dudes en ponerte en contacto conmigo, ¡¡felicidades agujetas!!



Enlaces relacionados

[TRX](#)

[¿Qué es suspension training?](#)

el 1er



Esprivillage
en España

**Más de 4.000 referencias
disponibles**

Horario de apertura:

9h a 18 h, horario ininterrumpido

Parking disponible para clientes

esprivillage


Avda. de Valdelaparra 21-23
28031 Alcobendas
Madrid



esprinet®

www.esprinet.com





 [Fernando Maldonado](#)
Analista asociado a Delfos Research

El futuro del trabajo

Hoy los mercados se caracterizan por un cambio constante que exige a las empresas responder con agilidad a los mismos y que conlleva la necesidad de trabajar en equipos multidisciplinares en tiempo real; de flexibilizar los procesos de negocio creando espacios para una mayor colaboración; de eliminar las barreras internas para que la información fluya; de dotar a los empleados de una mayor autonomía en la toma de decisiones en unas estructuras organizativas planas y abiertas.

Un nuevo stack tecnológico ha emergido, y junto a los cambios socio económicos, está transformando nuestro trabajo, convirtiéndolo en algo social,



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

Que la naturaleza del trabajo está cambiando pocas personas lo niegan, pero que todas las empresas se estén adaptando para beneficiarse de ello. . . eso es otra cosa

móvil, colaborativo, contextual y orientado a la resolución de problemas de negocio.

El reto está servido porque la mayoría de las empresas no están preparadas para aprovechar la aceleración tecnológica actual, e impulsar así una redefinición del trabajo. Algunos ejemplos: estructuras organizativas jerárquicas que impiden una colaboración efectiva; prácticas de gestión obsoletas que utilizan la información como forma de poder y que priman el “presencialismo” en vez de una gestión orientada a resultados; procesos de negocio encorsetados en la rigidez de las aplicaciones empresariales subyacentes; resistencia al cambio de algunas áreas claves; y una gestión del talento inexistente para el desarrollo de nuevas habilidades.

La empresa moderna, ésa que albergará el futuro del trabajo, hoy se encuentra en plena transformación:

- **De estructuras organizativas jerárquicas a otras planas y abiertas.** Aunque existen presiones para una mayor colaboración, ni la estructura organizativa ni los incentivos que reciben los trabajadores están diseñados para ello. Los empleados han sido contratados para realizar tareas específicas dentro de los departamentos funcionales y son desincentivados a salirse de ellas. Sin embargo, los negocios ya no pueden permitirse una mentalidad confinada a sus áreas funcionales. Actualmente, el poder de decisión se debate entre estructuras organizativas formales e informales para construir unas nuevas en matriz, planas y abiertas que permitan, por un

Los nuevos modelos de negocio están llevando a las empresas a construir sus procesos basados en información y a distribuirla para resolver problemas de negocio complejos



lado, acelerar la respuesta de las empresas, y, por otro, buscar nuevas soluciones a problemas de negocio.

- **De prácticas de gestión centradas en el control a otras enfocadas en soluciones de negocio.** Las prácticas de gestión incentivan el control de la información como forma de poder. Los mandos medios modulan la información tanto hacia arriba como hacia abajo, distorsionando la visión estratégica de la empresa y dejando poca capacidad de decisión al empleado. La empresa moderna requiere nuevos modelos de gestión y de liderazgo. Si el poder de decisión de los trabajadores aumenta gracias al afloramiento de estructuras informales, en red e interconectadas, el papel de los directivos debe cambiar y jugar, cada vez más, un papel de facilitador, inspirador y motivador.
- **De procesos de negocio rígidos a otros flexibles y dinámicos.** Las ganancias en productividad se han derivado de la automatización de procesos en los que se producían tareas repetitivas. Pero a medida que éstas se han automatizado, la presión se ha desplazado al individuo para hacer “más con menos”. La burocracia es el enemigo de la flexibilidad y ésta debe impulsarse teniendo en cuenta que todo trabajo es social y que las ventajas competitivas provienen más de la información y la generación de conocimiento. Hay que agitar la mentalidad de la “organización industrial” para flexibilizar los procesos y construirlos basados en flujos de información enfatizando el papel de las personas.



El valor que uno puede aportar a la empresa como empleado estará cada vez más vinculado a resolver problemas de negocio que a ser eficiente en el desarrollo de tareas concretas

- **De un desarrollo de habilidades reactivo a otro colaborativo.** El trabajo del futuro va a requerir nuevas habilidades por parte de los empleados. Sin embargo, su formación actual está diseñada

de tal forma que no se parece al trabajo que tendrán que desempeñar. Además, se utilizan modelos de educación formales pero no se aprovecha ni el conocimiento interno ni las habilidades de otros trabajadores. Se trata de explotar las habilidades de todos los trabajadores, para lo cual lo primero es identificarlas en un sistema de organización más abierto. Una vez identificadas se puede aprovechar para, por ejemplo, la formación entre empleados.

- **De información estancada a otra que fluye.** La adopción de tecnología ha seguido el esquema de las estructuras funcionales de las organizaciones con sistemas que han terminado generando silos de información. Obtener información precisa en el momento adecuado es casi imposible en estas condiciones: la información no fluye. Los nuevos modelos de negocio están llevando a las

empresas a construir sus procesos basados en información y a distribuirla para resolver problemas de negocio complejos.

La naturaleza del trabajo está cambiando: cómo, dónde, cuándo y con quién trabajamos está cambiando. El valor que uno puede aportar a la empresa como empleado estará cada vez más vinculado a resolver problemas de negocio que a ser eficiente en el desarrollo de tareas concretas. Las tecnologías traen la promesa de hacer esto posible, pero antes muchas cosas tendrán que cambiar en las empresas españolas.

Unas pocas ya están preparándose, éstas a buen seguro serán las que acojan el trabajo del futuro.



Enlaces relacionados



[Informe del Foro económico mundial "The future of jobs"](#)



[Nuevos lugares de trabajo BBVA: impulso del trabajo colaborativo](#)

Conoce la actualidad IT en IT Televisión



Informativos

Todos los viernes, te ofrecemos las principales noticias del sector TIC en nuestro Informativo IT.



Diálogos IT

Descubre en estas entrevistas las últimas tendencias IT y las estrategias de los principales actores del mercado.



Empresas IT

Ve el vídeo Oracle Digital Journey y conoce cómo las empresas pueden enfrentarse a los nuevos desafíos digitales.



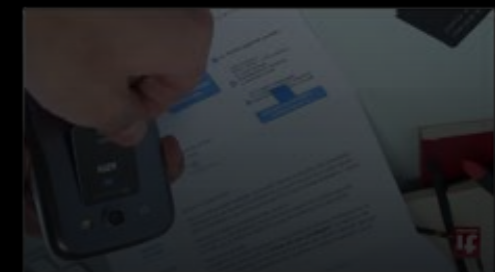
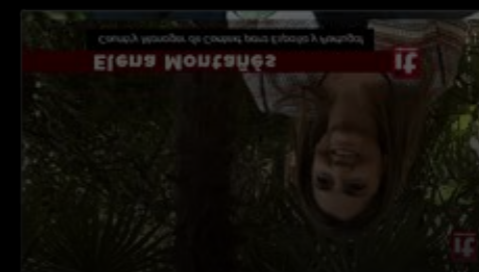
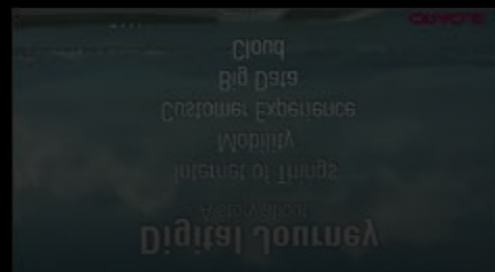
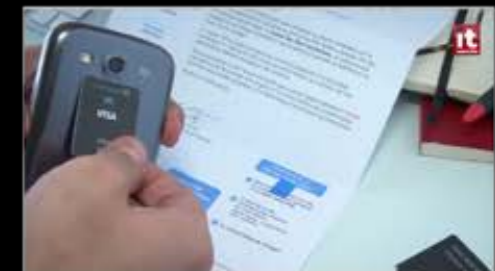
El lado no IT

Porque los profesionales de las TI también tienen su lado humano, lo descubriremos en este test personal. ¿Te atreves a contestarlo?



IT Reseller

Reportajes y vídeos de actualidad y novedades de tecnología para los profesionales que se dedican al desarrollo, consultoría, servicios y distribución de las TIC.





 [Alejandro Pérez de Lucía González](#)

**Consultor financiero
en Gesurbe Project**

De formación Jurídica por la UAM es un profesional con más de 20 años de experiencia como Director Financiero en grupos nacionales e internacionales, Controller financiero, Consultor de empresas -fiscalista y Analista de mercados en diferentes sectores y subsectores. Apasionado de las finanzas, los mercados, la tecnología y de la estrategia empresarial, fiscal y del mundo de los negocios en general

¡Por Tutatis, el cielo se cae sobre nuestras cabezas!

Eso decía Astérix y así parece que nos sentimos cuando vemos los mercados. . .

Noticias de destrucción masiva, grandes catástrofes financieras, el derrumbe chino, la caída del petróleo, año electoral en USA... es cierto, cualquiera que lo vea diría que el cielo se nos cae encima, pero, ¿será cierto?

Como suele ser costumbre, en mi cabeza me gusta ver las cosas con perspectiva y medir los resulta-

dos desde el punto de vista del sentido común... lo hago porque normalmente no me suele ir mal, así que no voy a perder esta costumbre y vayamos al grano.

Pienso que a estas alturas todos tenemos claro que la economía, las bolsas, el dinero en suma, tiene un movimiento cíclico (ya lo explique en [artículos anteriores](#) y existen excelentes análisis al respecto que pueden consultarse) y que este comportamiento es un patrón que debe observarse desde distintos ángulos para que no nos vuelvan locos.

Primero, debemos tener cuidado con las previsiones de los analistas, porque suelen ser demasiado optimistas cuando quieren y demasiado pesimistas cuando les toca.

Durante 25 años, en Wall Street se esperaban crecimientos del 10-12% anual, cuando en realidad han sido del 6%.

En segundo lugar, podemos pensar que somos David y que, en algún momento, venceremos a Goliat.





Debemos tener cuidado con las previsiones de los analistas, porque suelen ser demasiado optimistas cuando quieren y demasiado pesimistas cuando les toca

Alguna vez ha ocurrido, al menos en apariencia, pero la norma es la norma y el mercado se mueve en ciclos decenales en los que queda demostrado que del segundo al tercer año existe una tendencia bajista, del tercero al quinto una claramente alcista, del quinto al séptimo una bajista que corrige la anterior... de hecho, el año séptimo suele ser el peor de la década, pero se recupera rápido en el octavo y de éste al décimo el mercado vuelve a ser bajista y empieza un nuevo ciclo.

¿Excepciones? ¡Claro! Pero muy raras y que suelen corregirse en el año siguiente. Pero ésta es la tendencia... ¡desde 1833! Y anda que no ha llovido desde entonces, ¿verdad? Han pasado muchas cosas y mucho más graves que las que hemos sufrido en los últimos años.

Estamos en 2016, así que pensemos en un mercado bajista porque las bolsas están sobre compradas... toca descansar.

Pero, a ¿qué nivel nos movemos? Pues todo indica que es del estilo de 2008 y no del que tuvimos en el año 2012. Así se puede ver por los datos y parece que los analistas estamos todos en la línea. En lo que sí coincidimos también es que no va a ser tan agresivo como aquél.

Los mercados de valores no van a ser la alternativa de inversión durante 1 o 2 años. Es así, no le demos vueltas al asunto, por lo que podemos analizar inversiones alternativas, y el ladrillo y la tecnología no dejan de ser atractivas en estos escenarios.

Pero pensar que el dinero no sabe esto y que lo tiene ya descontado es un poco ingenuo, porque lo que les acabo de comentar no solo se lo saben. Son la mano fuerte, y lo provocan, y esto fastidia porque todos queremos salir de una crisis larguísima y resulta que parece que no se ve el final del túnel, pero no es cierto.

¡Esperemos lo mejor pero preparémonos para lo peor! Eso dicen y es verdad, así que ¿por qué no hacer caso a algo que funciona?

El ciclo superlargo de Kondratieff, del que ya les hablé en otros artículos, viene a darnos la perspectiva temporal que necesitamos. Sí, vamos a sufrir un recorte en nuestros mercados pero estamos al final del túnel, y al final de esta década todo apunta que comenzará la primavera de este superciclo y con ella un largo, larguísimo, ciclo de crecimiento económico y éste es el momento de invertir en sectores punteros que después darán su retorno.

Así que, ni tanto ni tan calvo. Resulta que lo que vivimos no es distinto a lo que se lleva viviendo desde que tenemos datos históricos.

Mantengamos la calma, seamos cautos y previsores, y esperemos lo mejor mientras capeamos este temporal que ya sabíamos que iba a venir, y seguirá visitándonos con tediosa insistencia. Pero no será ni mucho menos tan grave como el que sufrimos, porque ¡algo hemos aprendido!

Pronto podremos celebrar el final de este peregrinaje y reunirnos alrededor de la mesa como hacía Astérix y su aldea, aunque alguno habrá que... pero ya sabemos qué hacer con los que quieren aguar la fiesta, ¿o no?



Enlaces relacionados



[**Naciones Unidas: Situación y perspectivas de la economía mundial de 2015**](#)



[**Forbes: Qué vigila en Europa en 2016**](#)

it User
Febbrero 2016 - n° 9
TECH & BUSINESS

IoT
El negocio está ahí fuera

Success
IDEA
TEAM
GROUP
RES
PROCESS
KEY
DIA
SERV
TOM

CES muestra el futuro de la tecnología

Pentecostales analiza el cloud computing en España

Tecnología Li-Fi, más rápida y sin cables

Lead Generation: el CFO como motor de la innovación

it **User**
TECH & BUSINESS

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

