Noviembre 2016 - nº 17

it Reseller
TECH&CONSULTING

Sistemas hiperconvergentes, una oportunidad para el canal

Esprinet adquiere ITway en España, Italia y Portugal

La distribución ante las soluciones de colaboración y comunicaciones unificadas

El sector TIC en España crece un 2,7% en el tercer trimestre

El reto del nuevo reglamento de protección de datos

Sistemas hiperconvergentes

Define la Real Academia Española de la Lengua la convergencia como la acción o efecto de coincidir varias líneas en un punto. En el tema que nos ocupa, la convergencia o hiperconvergencia viene dada por sistemas que aglutinan diferentes funciones en una misma caja, con el objetivo de facilitar, tanto a los usuarios como a los resellers, la implantación de soluciones globales a sus necesidades de TI. Hablamos, por supuesto, de la capacidad de proceso, del software que lo gestiona, de las redes que le permiten alcanzar su objetivo y del almacenamiento necesario.

Este tipo de sistemas suponen una oportunidad de negocio, porque los usuarios buscan soluciones que cubran todas sus necesidades, no productos sueltos que luego tengan que montar como si se tratase de un juego de construcción, sobre todo ahora, cuando los presupuestos y el personal cualificado para ello está en franco retroceso en las empresas.

Por tanto, si asumimos que se trata de una oportunidad, es necesario estar preparado para aprovecharla. Contar con la capacitación adecuada, los socios correctos y los mensajes oportunos para convencer al cliente, porque una cosa es que lo necesite y otra muy diferente es que vaya a decidir invertir sin estar convencido de que la inversión es necesaria, productiva y claramente beneficiosa para su negocio.

Y, hablando de oportunidades de negocio, encontramos otra en nuestro Reportaje. Hablamos de las soluciones de colaboración y comunicaciones unificadas. Y, qué casualidad, volvemos a hablar de soluciones integradas, que, como decíamos, son la clave para llegar a un cliente que tiene cada vez más necesidades y menos tiempo, presupuesto y personal para tratar de solucionarlas.

Ambas oportunidades, y otras más de las que os hemos ido hablando desde esta misma tribuna, son claves para asegurar un mejor futuro. No dejéis de aprovecharlas.

Juan Ramón Melara
IT Digital Media Group

it Digital MEDIA GROUP

Juan Ramón Melara
juanramon.melara@itdmgroup.es

Miguel Ángel Gómez
miguelangel.gomez@itdmgroup.es

Arancha Asenjo
arancha.asenjo@itdmgroup.es

Bárbara Madariaga
barbara.madariaga@itdmgroup.es

Colaboradores
Hilda Gómez, Arantxa Herranz, David Marchal

Diseño y maquetación revistas digitales
Contracorriente

Diseño y maquetación proyectos especiales
Eva Herrero

Producción audiovisual
Antonio Herrero, Ismael González

Fotografía
Ania Lewandowska

it Reseller TECH&CONSULTING
it User TECH & BUSINESS
it televisión

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

No solo it

Actualidad

Esprinet adquiere el negocio de distribución IT de ITway en España, Italia y Portugal

El nuevo reglamento de protección de datos, oportunidad para el canal

El mercado de la distribución IT en España crece un 2,7%

TIC y docencia se dan cita en SIMO Educación 2016

Un único espacio de trabajo y una cloud multi-entorno centran VMworld

El hipersector TIC se ratifica en la senda del crecimiento

Reportaje

Las soluciones de Colaboración y Comunicaciones Unificadas atraen al canal

Responsabilidad Social Corporativa

Los invisibles

Índice de anunciantes

Elium Advanced Technology
Ingram Micro Praim IT
Tech Data
Esprinet
DMI Computer
Encuesta IT
Ingram Micro
Hewlett Packard Enterprise Webinars Acelere la ventaja
IT Webinars
Ingram Micro
Videovigilancia IP
IT Whitepapers

FORMACION TECNOLOGICA AVANZADA

ELIUM
ADVANCED TECHNOLOGY EDUCATION

Y la colaboración de:

it Reseller
TECH&CONSULTING

LABORATORIOS INDIVIDUALES

Docker

28 de Noviembre
Duración: 3 días
PVP: 1.400 €

OFERTA
LANZAMIENTO
950€

Ansible

21 de Noviembre
Duración: 3 días
PVP: 1.200 €

OFERTA
LANZAMIENTO
825€

CoreOS

12 de Diciembre
Duración: 3 días
PVP: 1.400 €

OFERTA
LANZAMIENTO
950€

Automatización de redes SDN

14 de Noviembre
Duración: 3 días
PVP: 900 €

OFERTA
LANZAMIENTO
650€

training@eliumtech.com - www.eliumtech.com - 688 905 254 – 696 926 285

Esprinet adquiere el negocio de distribución TI de ITway en Italia, España y Portugal

Esprinet refuerza con ITway su apuesta por el mercado de valor

Esprinet continúa reforzando su división de valor, V-Valley, con la adquisición del negocio de distribución IT de valor añadido de ITway en Italia, España, Portugal. En total, Esprinet va a desembolsar hasta 10,8 millones de euros por un negocio que supuso en 2014 48,6 millones de euros y en 2015 57,2 millones de euros.

Esprinet ha anunciado que ha adquirido, por una cantidad que puede elevarse hasta los 10,8 millones de dólares, el negocio de distribución TI de valor añadido de ITway en Italia, España y Portugal.

La transacción se realizará en dos partes, y podría quedar finalizada el próximo 30 de noviembre. El día del cierre de la compra, Esprinet pagará 5 millones de euros en efectivo, y una cantidad variable de hasta 5,8 millones pagables durante los siguientes 12 meses en función de una serie de objetivos económicos y financieros.

Al igual que en el caso de Vinzeo, al cierre de la compra se iniciará un proceso de transición al final del cual se decidirá cuáles son las mejores vías para integrar los negocios adquiridos en la división de valor de Esprinet, que, a nivel global, supone una facturación de 480 millones de euros y cuenta con 220 trabajadores. En el caso español, está prevista la creación de la subsidiaria V-Valley Ibérica, para consolidar todo el negocio de valor del mayorista.

En el caso del mercado ibérico, el negocio adquirido de ITway supone la integración de una oferta de más de 20 marcas, entre las que destacan Check Point Software, Alcatel-Lucent Enterprise o Thales, y una nómina de clientes compuesta principalmente por integradores de sistemas y resellers de valor añadido.

Hacer realidad la apuesta por el valor

Al hilo de esta compra, IT Reseller ha conversado con José María García, country manager de Esprinet Ibérica, quien nos confirmaba que este paso es "una muestra de la apuesta por reforzar el negocio de valor y fortalecer V-Valley".

Las fusiones y adquisiciones marcan la evolución del negocio mayorista

Las operaciones protagonizadas por los grandes mayoristas son un paso más en el proceso de transformación del canal. Con ellas, los mayoristas buscan unir sus fortalezas y llenar los vacíos, centrándose mucho más en las necesidades específicas de sus socios y en la búsqueda de oportunidades complementarias.

En lo que llevamos de año, hemos asistido a una sucesión de fusiones y adquisiciones protagonizadas por los grandes mayoristas de TI, como son Ingram Micro, Tech Data, Avnet y Esprinet, entre otros, unas transacciones que son buena muestra de la gran transformación que está teniendo lugar en la distribución de TI.

Según un post de CompTIA, a pesar de la presión continua de las ventas de hardware y servicios cloud, la distribución indirecta ha continuado prosperando, gracias en parte a que los grandes mayoristas han estado prestando mucha atención a los desafíos y oportunidades. Estos han respondido con nuevas ofertas de soporte y soluciones, y desarrollando plataformas que permiten a los socios de canal construir y gestionar carteras de soluciones cloud únicas para sus propios clientes. En efecto, los mayoristas están contrarrestando los temores de la industria y las tendencias potencialmente negativas bastante bien.

Las recientes adquisiciones y fusiones son un paso más en ese proceso de adaptación del canal mayorista. Con ellas, los mayoristas buscan unir sus fortalezas y llenar los vacíos, centrándose mucho más en las necesidades específicas de sus socios y en la búsqueda de oportunidades complementarias. Como explica Tim Curran, CEO del Global Technology Distribution Council (GTDC), "los mayoristas están utilizando las fusiones y adquisiciones para hacer crecer su negocio, tanto desde un punto de vista tecnológico como geográfico. Los mayoristas siguen así proporcionando la logística, el marketing, la formación y la financiación al canal, y siguen siendo la principal ruta de llegada al mercado para muchos proveedores".

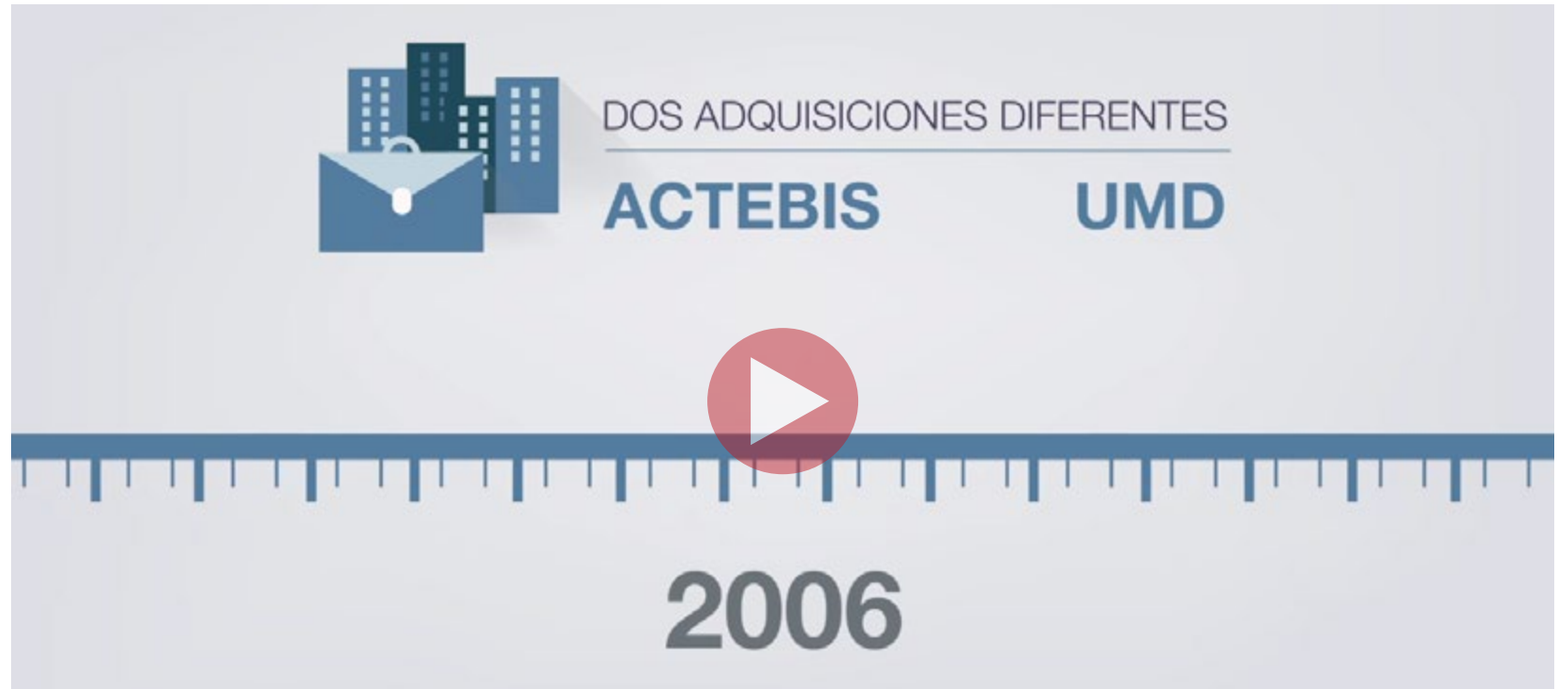
La clave para cualquier negocio o cambio en el ecosistema de distribución es la continuidad. Los mayoristas tienen que transformar sus negocios de manera que no estorben o dañen a sus partners. Ya estén completando una fusión y adquisición o mejorando sus portales de partners, los VAR y MSP quieren los procesos y programas de distribución de que disfrutan permanezcan constantes (o mejoren). El fracaso no es una opción para los socios de canal, pues tienen muchas otras opciones donde elegir.

El área de valor de Esprinet está plenamente consolidada en Italia y se está reforzando en España, y esta compra, en palabras de José María García, "potencia nuestro catálogo de soluciones, sobre todo en el área de seguridad, y nos ayuda a complementar nuestra propuesta de valor al mercado".

En este segmento del negocio, "si unimos el aporte de ITway y el nuestro vemos claras sinergias que nos van a ayudar a reforzarnos", sobre todo si tenemos en cuenta que la adquisición de Vinzeo hace unos meses, ya sirvió para consolidar la apuesta de Esprinet por el negocio de valor, con la integración del contrato con Hewlett Packard Enterprise.

> *"Este paso es una muestra de la apuesta por reforzar el negocio de valor y fortalecer V-Valley"*
>
> *José María García, country manager de Esprinet Ibérica*

Eso sí, con los plazos necesarios para la aprobación de la operación, prácticamente el aporte del negocio adquirido no se dejará sentir en este ejercicio. Tal y como señala José María García, "en este 2016 alcanzaremos el objetivo previsto (que apuntaba a una facturación de 80 millones de euros), si bien el año próximo el objetivo pasa por crecer



Esprinet, historia del grupo

Clicar para ver el vídeo

> *"Hemos adquirido una compañía con unos contratos que complementan muy bien nuestra oferta, y una vez que unifiquemos todo, veremos cómo podemos mejorar"*

significativamente", a lo que ayudará la aportación tanto del negocio de valor proveniente de Vinzeo, sobre todo con el contrato de Hewlett Packard Enterprise, como el recientemente adquirido.

A partir de ahora, Esprinet seguirá trabajando para reforzar el negocio de valor, si bien García reconoce que en el apartado de hardware su oferta ya es bastante completa. "Estamos trabajando en reforzar el área de software, porque éste no es un negocio de productos, sino de soluciones. Hemos adquirido una compañía con unos contratos que complementan muy bien nuestra oferta, y una vez que unifiquemos todo, veremos cómo podemos mejorar".

Con todo, "tanto los clientes como los proveedores están viendo que somos un jugador con una apuesta clara por el mundo del valor. Estamos haciendo realidad de forma muy clara la apuesta del grupo por este mercado"; si bien son conscientes de que, para ello, "necesitamos los contratos adecuados, y los estamos consiguiendo bien por adquisiciones o bien por la firma con algunos proveedores".

Enlaces relacionados

- Esprinet
- ITway

Praim®
Transforming Enterprise Computing

INGRAM MICRO®

Thin & Zero Client Solutions

Soluciones desarrolladas para ayudar todas las empresas que se presentan al mundo de la nube, de tipo público, privado o híbrido, ofreciendo puestos de trabajo eficientes, flexibles y optimizados.

Designed in Italy, valued worldwide

www.praim.com

Los mayoristas animan al canal a aprovechar las ventajas del nuevo reglamento

El nuevo Reglamento de Protección de Datos, oportunidad para el canal

Vigente desde el pasado 27 de abril, aunque no será obligatorio hasta el próximo 25 de mayo de 2018, el nuevo Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) representa un importante reto y una importante oportunidad para el canal de distribución. Así lo consideran Exclusive Group y GTI que se han propuesto ayudar a los resellers en su proceso de adaptación.

El Big Data, el cloud computing y la Transformación Digital han puesto de relieve la importancia de proteger la información. Es más, han llevado a la Unión Europea a desarrollar un nuevo Reglamento General de Protección de Datos (GDPR), que, aunque entró en vigencia el pasado 27 de abril, no será de obligado cumplimiento hasta el próximo 25 de mayo de 2018. A pesar de esto, los expertos animan a las empresas a adaptarse "cuanto antes" para evitar las "prisas de última hora" y acabar incumpliendo una normativa que, en caso de sufrir fugas de información, puede acarrear multas de hasta el 4% del volumen total de la facturación en la UE (en España, las multas pueden alcanzar hasta los 600.000 euros).

Esta nueva ley, unida a una cada vez mayor inquietud por la seguridad de la información por parte de los clientes, hace que la seguridad sea una de las áreas en las que veremos crecimiento en los próximos meses en el sector TI. De hecho, Gartner prevé que en 2016 el gasto en seguridad TI crecerá un 8%.

Importancia de los datos

Hoy en día, los datos están en continuo movimiento, ya sea en un portátil, una unidad flash o en desplazamiento entre infraestructuras físicas, virtuales y basadas en la nube, y en algún momento se pueden robar o extraviar datos financieros, información sobre clientes, propiedad intelectual o secretos comerciales. La protección de estos datos es aún más compleja debido a diversos factores de riesgo que atenazan a las empresas, incluida la rápida evolución de reglamentos y mandatos para el cumplimiento de normativas, el continuo aumento de la movilidad laboral, el BYOD, y la elevada frecuencia de amenazas avanzadas persistentes (APT) e incidentes de filtraciones de datos. Ante estos riesgos, las motivaciones para emprender proyectos de protección de datos pueden ser desde evitar sanciones de la normativa, a impedir la fuga de información que puede poner en peligro la actividad de tus clientes, la necesidad de abordar proyectos con un alto grado de servicios profesionales, etc.

Ayudar al canal

Consciente de la importancia de adaptarse a la nueva normativa, Exclusive Networks se ha propuesto ayudar al canal a afrontar "un gran reto" que, también significa "grandes oportunidades", tal y como explica Laurent Daudré-Vignier, Technology Leader Regional Diector para SEMEA de Exclusive Group. "GDPR está vigente y es ejecutable; cada Estado, empresa y

Los expertos animan a las empresas a adaptarse "cuanto antes" para evitar las "prisas de última hora

administración pública debe realizar los ajustes necesarios para garantizar el cumplimiento del nuevo reglamento. Además de los importantes cambios en cuanto a tratamiento de la información, la nueva regulación llevará a las organizaciones a incrementar su inversión en tecnologías en protección de datos".

Y es que no hay que olvidar que la nueva normativa determina "un principio de responsabilidad activa" para cualquier entidad "respecto a la obtención, acceso, intervención, transmisión, conservación o supresión de los datos a terceros", señala Santiago Arellano, Director de Diversificación de Exclusive Networks Iberia. En este sentido, el directivo recuerda que algunas empresas (sobre todo de aquellas de mayor tamaño o aquellas donde el tratamiento de los datos sea el eje de su estrategia empresarial) y administraciones públicas estarán obligadas a contar con una nueva figura: el delegado de protección de datos, que no puede ser la misma persona que el director de seguridad.

En este punto, el canal de distribución "tiene que jugar un papel clave". Daudré-Vignier insta a los resellers a "mover ficha en esta dirección. Nuestros partners se encuentran en una una posición inmejorable para facilitar a sus clientes las soluciones tecnológicas más adecuadas para el cumplimiento de la normativa y aprovechar una oportunidad de negocio que se extenderá, por lo menos, durante dos años".

Dónde está la oportunidad de negocio

La oportunidad de negocio para el canal pasa por convertirse en "asesores" de empresas pertenecientes a sectores como la banca, las finanzas o los seguros. "En Exclusive Networks estamos convencidos que la aplicación de esta normativa traerá como consecuencia la obligatoriedad para determinadas compañías o sectores de cumplir con el correspondiente proceso de auditoria tecnológica. Esto va a exigir a las organizaciones que, además de adoptar las soluciones técnicas adecuadas, tengan que definir, implementar y aplicar políticas específicas, así como elaborar reportes detallados que puedan demostrar al auditor el cumplimiento de la norma", añade Santiago Arellano.

El rol que va a jugar Exclusive Networks, "para facilitar la adaptación del canal" es el de "evangelizador". Además, "también ponemos a su disposición toda la tecnología necesaria para que puedan generar demanda en sus clientes", finaliza Laurent Daudré-Vignier.

Por su parte, y desde GTI se recomienda que, en lugar optar por probar soluciones tradicionales para prevenir y actuar ante la pérdida de datos, que muchas veces resultan demasiado intrusivas, complejas de gestionar y/o costosas de adquirir, implementar y mantener, existen múltiples opciones, tanto on-premise como en la nube, de compra o pago por uso, que permiten reducir el coste y la complejidad en los proyectos de protección de datos.

Enlaces relacionados

- Nuevo reglamento de Protección de Datos
- La UE publica el Reglamento de Protección de Datos Europeo
- El Reglamento de Protección de Datos en 12 preguntas
- La mitad de las empresas españolas no cumple con la Ley de Protección de datos

Tech Data

MMe16

METIC MADRID especialista

COMPARTIENDO UNA VISIÓN PROFESIONAL

SEGURIDAD

INTERNET DE LAS COSAS

DATA CENTER Y VIRTUALIZACIÓN

MOVILIDAD

COLABORACIÓN

CLOUD

16/11/2016

IN ZALACAIN. MADRID

www.techdata.es

AGENDA

15:30	Acreditación y bienvenida
16:00	**COLABORACIÓN**
16:30	**Mesa redonda CLOUD**. *Dando un paso hacia el futuro*
17:30	**Mesa redonda MOVILIDAD EMPRESARIAL**, *Convergencia de negocios*
18:30	**Mesa redonda SEGURIDAD** ante el reto de la Disrupción Digital
19:30	**Mesa redonda IoT**. *¿Quieres ser un referente IoT de la mano de Tech Data y sus colaboradores?*
21:00	**FIESTA MMe** ¡No te la puedes perder!

En paralelo tendrás acceso a la **ZONA NETWORKING** dondepodrás reunirte con nuestros principales fabricantes

Context presenta los resultados del sector en Europa en el tercer trimestre de 2016

El mercado de la distribución TI en España crece un 2,7%

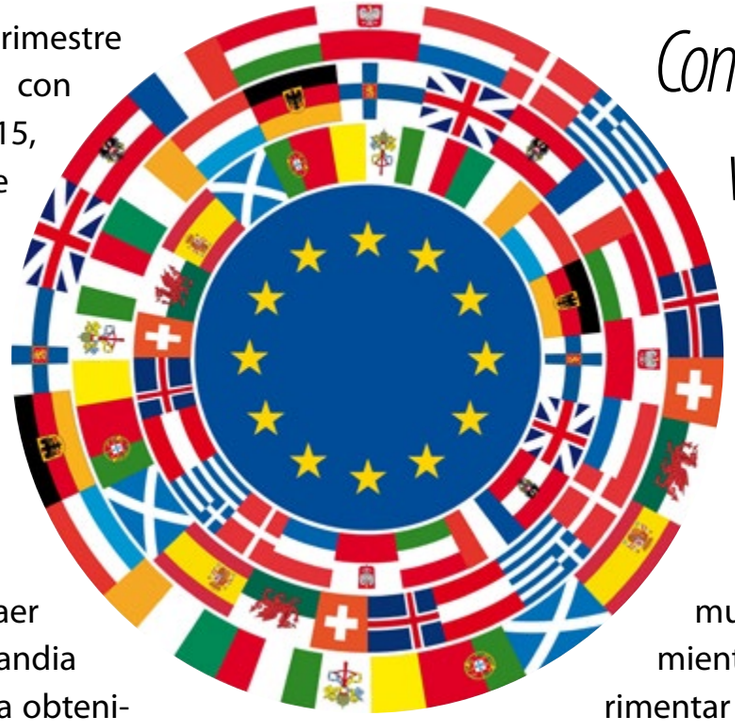
Context acaba de dar a conocer los resultados del sector de la distribución TI en Europa en el tercer trimestre de este año, un período en el que los ingresos crecieron un 3%. La facturación de la eurozona cayó un 0,4%. La consultora destacó el comportamiento de España en sectores como el de monitores e impresión y predijo que la formación de nuevo Gobierno dará estabilidad al mercado para continuar creciendo en los siguientes trimestres.

Context acaba de dar a conocer los resultados del sector de la distribución TI en Europa en el tercer trimestre. Un período que, tal y como señaló Jeremy Davies, CEO y fundador de Context, se ha cerrado en positivo. Davies comenzó su exposición destacando el momento de consolidación que está viviendo el canal mayorista, donde las fusiones y adquisiciones están siendo protagonistas del mercado. No en vano, en el tercer trimestre de este año se han anunciado compras como la de Avnet Technology Solutions por parte de Tech Data. La más reciente ha tenido a España como protagonista, concretamente Esprinet anunció a mitad de octubre la adquisición de ITway. En opinión de Jeremy Davies, este proceso de consolidación no ha hecho más que empezar y se espera que en los próximos trimestres el mercado asista a nuevas compras. En lo que va de año, 16 mayoristas han sido adquiridos por 10 compañías.

Resultados del sector

Según los datos que maneja Context, el mercado de la distribución TI de Europa creció "ligeramente" exceptuando en el Reino Unido. Concretamente, los ingresos provenientes del sector se incrementa-

ron en un 3% en el tercer trimestre de 2016 en comparación con el mismo período de 2015, "aunque la facturación de la zona eurozona cayó un 0,4% en la comparación interanual, después de haber crecido un 1,1% en el segundo trimestre de este año en comparación con el mismo periodo de 2015".



Cuatro países vieron caer su facturación, siendo Finlandia el que peores resultados ha obtenido al descender sus ingresos en más de un 10%. Por el contrario, la región compuesta por Reino Unido e Irlanda ha experimentado la mayor subida de la región, un 12,9%.

En el caso de España, nuestro país continuó registrando datos positivos, aunque la subida ha sido más moderada que en trimestres anteriores. En este sentido, la facturación del mercado de la distribución TI español en el tercer trimestre de 2016 experimentó un crecimiento del 20,3%, cifra que se redujo al 15,3% en el último trimestre del año pasado. En el primer trimestre de este año, el incremento fue del 2%, del 6,3% en el segundo trimestre y del 2,7% en el tercero.

Mención especial para Alemania. Jeremy Davies destacó la importancia de este país para el desarrollo del canal de distribución TI de Europa al suponer el 20% del total. En el tercer trimestre de este año,

Context destaca el momento de consolidación que está viviendo el canal mayorista, donde las fusiones y adquisiciones están siendo protagonistas del mercado

los ingresos provenientes del mismo cayeron un 3,4%.

Por sectores, el de telecomunicaciones lideró el crecimiento en el trimestre al experimentar una subida del 10,7%. Por detrás se situaron las garantías y servicios (+7,1%), pantallas (+6,7%), software y licencias (+6,5%), los consumibles de impresión (+3%) y el segmento de computación móvil (+1,4%).

Los PC de sobremesa, con un descenso del 3,8% y el sector de almacenamiento en disco, que vio caer su facturación en un 2,5%, fueron los dos segmentos que peores resultados obtuvieron durante el tercer trimestre de este año.

El sector del gaming, oportunidad para el canal

Context también ofreció datos más detallados para algunos segmentos. El primero de ellos, el del gaming y la realidad virtual, ofrece "una gran oportunidad de negocio" tanto para el mercado retail como

Por sectores, el de telecomunicaciones lideró el crecimiento en el trimestre al experimentar una subida del 10,7%

para el canal B2B. Jonathan Wagstaff, country manager de Context, destacó que esto se debe, fundamentalmente, a que "el hardware de realidad virtual de alta calidad es más asequible para los usuarios", con lo que "se puede comercializar a través del mercado retail". Además, "el coste de la tecnología gaming, como las tarjetas RX480 de AMD, también han descendido". Estos dos motivos, unidos al crecimiento de los eSports y a que el mercado de consolas está sufriendo síntomas de agotamiento, hacen que este segmento pueda ser aprovechado por el canal.

En términos de mercado, el área alta de gaming para PC "ha experimentado un crecimiento estable durante el periodo entre 2014 y 2016", mientras que los ingresos del área de "entusiastas y Realidad Virtual" han crecido un 43% entre el tercer trimestre de 2014 y el tercer trimestre de 2016, gracias al lanzamiento de productos como el HTC Vive y Oculus Rift.

Los equipos profesionales, salvan el área de sistemas personales

Marie-Christine Pygott, analista sénior de Context, ha sido la encargada de explicar cuál fue el comportamiento del área de sistemas personales en el tercer trimestre del año, un período en el que el mercado de tablets de consumo cayó un 17%. En cambio, si de lo que hablamos es de equipos 2 en 1, el crecimiento experimentado fue del 227% (sobre una basa pequeña), gracias a las ventas que experimentaron los modelos de Apple, que lidera el mercado, y Microsoft. Pygott destacó que el iPad Pro y la Surface Pro acumulan "el 80% de cuota de mercado", mientras que HP Inc se situó en tercera posición con una cuota del 9%.

El mercado de PC experimentó un pequeño crecimiento, del 0,8%, gracias al comportamiento que registró el segmento de portátiles, que creció un 3,5%. Peores resultados obtuvieron los ordenadores de sobremesa, cuyas ventas en el canal de distribución TI europeo descendieron un 5,9%. Por tipo de dispositivo, las ventas de ordenadores para uso profesional crecieron un 3,3% (un 8,3% si nos referi-

MERCADO DE FABRICANTES DE SOLUCIONES EMPRESARIALES LAN CABLEADAS E INALÁMBRICAS

Info-Tech Research Group ha publicado su informe 2016 Enterprise Wired and Wireless LAN Vendor Landscape, que reconoce a los fabricantes más significativos. Evalúa a los fabricantes según la fortaleza de su oferta y de su estrategia para la empresa. Los fabricantes y sus productos son evaluados siguiendo estos criterios: características, usabilidad, asequibilidad y arquitectura, viabilidad, estrategia, alcance y canal.

mos a los notebooks y un 3,2% menos si de los que hablamos es de equipos de sobremesa). En cuanto a los ordenadores de consumo, el descenso fue del 1,3% (los notebooks crecieron un 0,6% aunque los de sobremesa cayeron un 10,9%).

Con una cuota de mercado del 32,7%, HP continuó liderando esta categoría en la distribución TI europea, seguido de Lenovo, con un 23,8%; Asus, con un 13%; y Acer, con un 11,9%.

Pygott tuvo palabras para España. En su opinión, la falta de Gobierno no ha afectado en demasía a este mercado. No obstante, el nuevo Gobierno "dará estabilidad al mercado de sistemas personales español", con lo que, en su opinión, la tendencia positiva será más clara en los próximos trimestres.

España lidera el mercado de pantallas

La industria de pantallas obtuvo unos ingresos de 762 millones de euros en el tercer trimestre de este año, lo que supuso un crecimiento del 6,7% con respecto al mismo periodo del año anterior. Aunque las ventas de monitores de sobremesa cayeron debido a "la suave demanda de equipos complementarios", tal y como destacó Theo Gibbons, director de marketing de Context, los televisores 4K paliaron el descenso al crecer un 26%. La siguiente categoría que más ha crecido ha sido la de los televisores LCD, que experimentó una subida del 26%.

El mercado de gaming y la realidad virtual, ofrece "una gran oportunidad de negocio" tanto para el mercado retail como para el canal B2B

Mención especial para España en este segmento. Gibbons señaló que nuestro país ha sido el que más ha crecido de la región (7,2%), en contraposición a la situación que han atravesado los países nórdicos, cuyas ventas descendieron un 3,4%.

Las pantallas de 23 pulgadas acumularon el 60% de las ventas en el trimestre, mientras que las de 23,8 pulgadas fueron las que más cuota de mercado ganaron. El segmento que experimentó un crecimiento más rápido fue el de pantallas con tamaños entre 30 y 34 pulgadas. "Los monitores para el mercado de gaming crecieron un 110% en el último trimestre del año", aseguró Theo Gibbons, quien también explicó que, por fabricantes, HP Inc "fortaleció su posición de liderazgo".

Mercado de la distribución TI en España

Trimestre	Crecimiento
Q3 2015	20,3%
Q4 2015	15,3%
Q1 2016	2%
Q2 2016	6,3%
Q3 2016	2,7%

Fuente: Context

El área de impresión continúa cayendo

Zivile Brazdziunaite, analista sénior de Context, comenzó su exposición destacando que los ingresos del mercado de impresión continuaron en descenso. Concretamente, en este periodo, el descenso experimentado por este segmento fue del 2%, siendo el área láser el que lideró las caídas, de 3% en los multifunción y del 6% en lo que respecta a los modelos monofunción,

En cambio, los modelos de inyección de tinta crecieron un 2% en lo que respecta a los equipos multifunción y un 3% en los monofunción.

Ingresos por tipo de Reseller en Europa

Canal	Q3 2015	Q4 2015	Q1 2016	Q2 2016	Q3 2016
SMB	39,2%	37,4%	40,5%	42,6%	41,7%
Corporate	29,4%	28,1%	29,8%	30,1%	29,4%
Retail	30,1%	33,3%	28,6%	26,4%	28%
Tiendas de telefonía	1,2%	1,2%	1,1%	0,9%	0,9%

Fuente: Context

Las ventas de equipos de impresión crecieron un 3%, gracias a los modelos de inyección de tinta multifunción cuyas ventas se incrementaron en un 4%, el mismo porcentaje de subida que experimentaron los modelos láser multifunción.

A pesar del descenso en ingresos de la región, "España e Italia continuaron creciendo en términos de ingresos", concretamente un 7% y un 2% respectivamente. En términos de unidades vendidas, los crecimientos fueron del 17% en el caso de España y del 11% en el italiano.

Por fabricantes, HP continuó incrementando su cuota de mercado en el segmento de A3 Láser. Brazdziunaite destacó la reciente adquisición del área de impresión de Samsung por parte de HP Inc asegurando que ésta "va a cambiar el panorama del mercado de copiadoras A3". A pesar de que HP Inc amplió su liderazgo, los ingresos provenientes del canal cayeron un 2%, un ligero descenso si se compara con el experimentado por otros fabricantes como Brother (-14%) y Canon (-6%). Epson, por su parte, vio crecer sus ingresos en un 28%.

El mercado Enterprise desciende

En el caso del mercado Enterprise, éste vio descender sus ingresos un 5,6% en el tercer trimestre del año en comparación con el mismo periodo de 2015. El área de almacenamiento empresarial, con una subida del 0,9%, y el de seguridad empresarial, con un crecimiento del 0,7%, fueron los dos segmentos que registraron incrementos. La otra cara de la moneda la representaron el área de servidores, cuyos ingresos cayeron un 14,2%, el de networking empresarial, con un descenso del 4,2%, y el de UPS, cuya facturación cayó un 3,4%.

"Las ofertas de servicio cloud continuaron impactando en el mercado, sobre todo en el área de servidores", afimó Mathias Knofel, analista sénior de Context.

La única región que creció fue la formada por Austria, Alemania y Suiza (1,7%), mientras que Francia y Bélgica y Holanda experimentaron los mayores descensos, del 17,4% y el 13,3% respectivamente. En el caso de España y Portugal, la caída fue del 2,7%.

Veeam, Meraki y EMC fueron los únicos fabricantes que crecieron (36,1%, 17,9% y 5,8%), IBM y Cisco, en cambio, fueron las compañías que más vieron descender sus ingresos (29,9% y 10,5% respectivamente).

Enlaces relacionados

- El optimismo reina en el canal de distribución TI español
- Análisis de Context
- Resultados del mercado de la distribución español primer semestre de 2016
- Las fusiones y adquisiciones marcan la evolución del negocio mayorista
- El canal europeo no está preparado para el cloud computing

V-Valley
the Value of esprinet

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 proyectos orientados tanto a las pymes como a las grandes corporaciones.

ALCATEL home & business phones · Allied Telesis · APC by Schneider Electric · AUTODESK · BUFFALO · CISCO · devolo · DELL · DELL Software · DELL SonicWALL · D-Link Building Networks for People · EATON Powering Business Worldwide · Gigaset pro · Hewlett Packard Enterprise · HUAWEI · KASPERSKY lab · Lenovo · Microsoft · NETGEAR · panda · Parallels · Polycom · sage · SEAGATE · SOPHOS · UBIQUITI NETWORKS · Yealink · ZEBRA · ZIGOR · ZYXEL Your Networking Ally

El salón muestra la vanguardia de las TIC en el sector educativo

TIC y docencia se dan cita en SIMO Educación 2016

SIMO Educación 2016 ha contado con la participación de 244 empresas de 10 países diferentes, y ha apostado por un contenido, tal y como han recalcado los responsables del evento, "especialmente marcado por la presentación de proyectos tecnológicos integrales orientados a impulsar el cambio metodológico, así como a fomentar el aprendizaje de los alumnos en el uso de dispositivos".

Junto con este contenido, SIMO Educación 2016 ha incorporado un programa de actividades, organizado en colaboración con Educación 3.0., con más de 200 sesiones que ofrecieron "un contexto de referencia en materia de tendencias, experiencias e iniciativas de vanguardia en torno al sector TIC y su aplicación en la actividad docente".

Tres días y una propuesta educativa apoyada en las TIC

Del 19 al 21 de octubre, el pabellón 12 de IFEMA acogió una convocatoria especialmente dirigida a profesores, directores de centros, coordinadores TIC, representantes de universidades, así como de las distintas entidades y administraciones públicas relacionadas con la educación. La cita, apoyándose en diferentes contenidos, quiso ofrecer una perspectiva de las líneas de avance y tendencias, presentes y futuras, en las que tecnología se muestra como aliado y soporte de la actividad docente. La cita fue inaugurada por el ministro en funciones de Educación, Cultura y Deporte, Íñigo Méndez de Vigo.

Junto con la presentación de propuestas y novedades de las empresas tecnológicas y las editoriales,

se preparó y desarrolló un programa de actividades, mesas de debate, conferencias, y las presentaciones de una selección de iniciativas de vanguardia llevadas a cabo por profesores en distintos centros, en colaboración con EDUCACIÓN 3.0.

SIMO Educación se orientó a la presentación de proyectos tecnológicos integrales orientados a impulsar un cambio metodológico concreto, así como a fomentar el aprendizaje de los alumnos en el uso de dispositivos

Presencia nacional e internacional

Como decíamos, en el área de exposición, SIMO Educación reunió 244 empresas de 10 países: Bélgica, China, Dinamarca, España, EE.UU., Malta, Holanda, Polonia, Portugal y Reino Unido. Entre los expositores, empresas tecnológicas, como Dell EMC, Epson o Intel; mayoristas que venden productos para entornos educativos, como Esprinet, Tech Data o Charmex; y plataformas de gestión y de contenidos educativos, como Alexia, Educamos, Xtend o Sngular con SngularKids, una plataforma web y una app que facilitan el aprendizaje de la programación a profesores y alumnos. También estuvo presente

SIMO Educación 2016

Clicar para ver el vídeo

EDUTECH CLUSTER, con una participación agrupada de nueve empresas de Cataluña especializadas en innovación educativa.

En el capítulo de entidades públicas, participaron en esta edición Red.es, Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (INTEF), así como las Consejerías de Educación de algunas comunidades autónomas, como Asturias, Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla–La Mancha, Castilla y León, o Madrid.

En cuanto al contenido, estará centrado en la presentación de proyectos tecnológicos integrales orientados a impulsar un cambio metodológico concreto, así como a fomentar el aprendizaje de los alumnos en el uso de dispositivos. Un contexto global donde los visitantes pudieron conocer lo último en recursos tecnológicos para el aula, tablets, portátiles, pizarras y pantallas interactivas digitales, ecoproyectores, productos de escaneo, sistemas de conectividad para el aula, robots educativos, impresoras 3D, bibliotecas digitales… así como soluciones multimedia y de gamificación para convertir cualquier contenido educativo en un juego interactivo, plataformas para la creación de entornos de aprendizaje inmersivo a través de la realidad aumentada, o de aprendizaje adaptativo para crear experiencias personalizadas para cada estudiante.

Otras de las propuestas que se vieron, ponen el foco en la actividad docente y en la gestión de centros. Se trata de las aplicaciones para detectar y prevenir el acoso escolar, los cuadernos de notas digitales, las plataformas en la nube para crear itinerarios de aprendizaje, o repositorios de recursos donde el profesor puede encontrar el material que necesita para organizar su clase.

Más de 200 sesiones

El programa de conferencias se organizó en torno a 7 auditorios. El foco de las diferentes áreas temáticas está puesto en educación infantil y primaria, secundaria y bachillerato, formación profesional y universidades, un aula magna para las actividades dirigidas a universidades y escuelas de negocio, y uno de mayor tamaño para ponencias magistrales. Además, hubo una sala dedicada exclusivamente a la realización de talleres prácticos sobre el uso de las TIC en educación.

Otras áreas de interés en el programa de este año fueron las necesidades educativas especiales, la formación no reglada, así como las diferentes propuestas de los expositores.

Entre otros ponentes, el auditorio principal contó con la presencia de Ewan MacIntosh, profesor escocés, experto en innovación, design thinking y creatividad, con la conferencia '¡Innovation? Aim high or go home', en la que abordó cuáles son las estrategias necesarias para aspirar a la innovación y atender las necesidades de los estudiantes, al tiempo que incitar a la acción al resto de la comunidad educativa. Además, impartió un taller práctico sobre 'Cómo enseñar en el aula a través del juego y la imaginación', usando la empatía y la creatividad como principales bazas.

Javier Tourón, vicerrector de Innovación y Desarrollo Educativo en la Universidad Internacional de La Rioja-UNIR, presentó "Hacia un nuevo modelo de escuela centrado en el alumno: el papel de la tecnología", para abrir el debate sobre la necesidad de repensar el modelo de escuela actual con el fin de

SIMO Educación 2016 ha incorporado un programa de actividades, organizado en colaboración con Educación 3.0., con más de 200 sesiones

promover verdaderamente el aprendizaje personalizado.

Otros ponentes fueron Mariano Fernández Enguita, catedrático de Sociología de la Universidad Complutense; Andrea Giráldez, profesora universitaria, consultora, facilitadora de procesos de formación en soft-skills y directora de online learning en Growth Coaching Online; o Juan de Vicente Abad, profesor de secundaria en el IES Miguel Catalán de Coslada, que fue reconocido el docente más Innovador de España por el Certamen Proyecta D+I.

Finlandia protagonizó un programa de ponencias y experiencias educativas que se están desarrollando en este país en la jornada titulada "La era digital en la enseñanza en Finlandia", mientras que la ONCE organizó la ponencia "Tecnología y discapacidad. Accesibilidad a los recursos educativos. Escuela Inclusiva".

Experiencias innovadoras

Otro de los puntos de interés de esta edición fue la presentación de 49 experiencias TIC en las aulas que han sido seleccionadas de entre las más de 342

propuestas educativas de docentes de toda España recibidas en esta convocatoria. Buenas prácticas con Realidad Aumentada (RA), Realidad Virtual (RV), programación y robótica, gamificación, diseño 3D, la metodología Design Thinking aplicada a la educación, geolocalización, pedagogías activas que parten de los intereses del alumnado, aprendizaje servicio y aprendizaje cooperativo, Bring Your Own Device (BYOD), Matemáticas manipulativas, Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP), la clase al revés o Flipped Classroom, o proyectos multicompetenciales y para mejorar el entorno a través de la ciencia y la innovación, entre otros.

Asimismo, se habilitó un área para la realización de Talleres Prácticos, en los que se habló de apps para invertir la clase y trabajar por proyectos, se introdujo a los asistentes en el método ABN (Algoritmo Basado en Números), se abordó el cine y su introducción en las aulas, y se desarrollaron sesiones prácticas sobre cómo llevar la gestión del ABP (Aprendizaje Basado en Proyectos) a través de diversas apps. Además, los asistentes pudieron conocer los coder dojo o clubes del código que se han extendido por escuelas de medio mundo con un mismo objetivo: adaptar los lenguajes de programación a los más pequeños; o las últimas tendencias sobre el empleo de la gamificación en el aprendizaje, de la mano de los organizadores del World Gamification MeetUp.

Enlaces relacionados

SIMO Educación 2016

DMI Computer lanza la gama más completa del mercado en consumibles de impresión:

DMI Computer

brother

EPSON
EXCEED YOUR VISION

DMI Computer c/Fundición 61-67 Rivas Vaciamadrid (Madrid) 916702848

VMware anuncia un acuerdo con Amazon Web Services

Un único espacio de trabajo y una cloud multi-entorno centran VMworld 2016

La nueva edición de VMworld en Barcelona giró en torno a dos ejes claves para la estrategia de VMware: por una parte, una arquitectura cloud-cross, para la que la compañía ha anunciado nuevas versiones de sus productos, y por otra, un espacio de trabajo único y seguro para los usuarios y empresas.

Pat Gelsinger, CEO de VMware, durante su presentación en la sesión general de VMworld

Arancha Asenjo (Barcelona)

"Be tomorrow" fue el lema elegido por VMware para la edición 2016 de su congreso europeo, que nuevamente se celebró en Barcelona. En la Ciudad Condal y ante más de 12.000 asistentes, la compañía ratificó su firme propósito de convertirse en el partner que habilita la cloud en cualquier entorno, aplicación o dispositivo y que permite un entorno de trabajo único para empresas y usuarios. La propia María José Talavera, directora general de VMware en España, explicaba que ese lema significa "ser un player relevante en la ayuda a la adopción al cloud de las empresas en este proceso de transformación. Queremos ser con quien haya que contar sí o sí para ese proceso, significa mover cargas y datos al cloud con la seguridad de que, ante cualquier eventualidad de regulación o presupuesto, la marcha atrás es factible. Ahí radica nuestra propuesta de hibridez".

Pat Gelsinger, CEO de VMware, por su parte, insistió durante su presentación en VMworld, en un futuro en el que la nube pública irá ganando terreno a otras fórmulas, aunque no tan rápido como muchos esperan. Según sus estimaciones, hoy en día el 15% de las cargas de trabajo a nivel mundial se ejecutan en nube pública, un 12% en privada, y un 73% corresponde a TI tradicional. Las proporciones irán cambiando, pero no será hasta 2030 cuando la opción pública supere el 50%; para entonces, un 52% de los 596 millones de cargas de trabajo que se estiman serán en nube pública, un 29% en privada y tan solo un 19% quedarán en los sistemas de TI tradicionales.

Para avanzar en la gestión de estas cargas de trabajo, la compañía propone una arquitectura de cross cloud –"la plataforma que da la libertad y el control que TI necesita", explicaba Gelsinger-, que construye con nuevas versiones de sus productos vSphere, Virtual SAN y vRealize Solutions, que permiten potenciar la productividad de los departamentos de TI y los desarrolladores. La directora de la compañía en España apuntaba también que esta estrategia de cross cloud "va a permitir gestionar bajo una misma plataforma las cargas tanto dentro como fuera del data center".

A grandes rasgos, VMware vSphere 6.5 ofrece una experiencia simplificada, seguridad completa integrada y compatibilidad con las aplicaciones modernas en contenedores que se usan en producción en la actualidad. En lo que respecta a VMware Virtual SAN 6.5, admite cargas de trabajo físicas y en contenedores, discos duros de 512e, unidades de estado sólido y la conexión directa de dos nodos para entornos de sucursales u oficinas remotas. Por último, VMware vRealize Automation 7.2 incorpora la gestión de contenedores y la nueva integración con Microsoft Azure lista para usar.

La compañía también aprovechó su VMworld europeo para explicar los términos del su acuerdo con Amazon Web Services para el lanzamiento de VMware Cloud on AWS. La solución estará disponible a mediados de 2017, funciona sobre VMware Cloud Foundation, una plataforma SDDC unificada que integra las tecnologías de virtualización VMware vSphere, VMware Virtual SAN y NSX; ofreciendo a su vez acceso a todo el rango de servicios de AWS. Esta nueva propuesta, que según ambas empresas representa una inversión significativa en ingeniería, operaciones, soporte y recursos de ventas, funcionará sobre infraestructura de nueva generación de AWS. Asimismo, los clientes tendrán la posibilidad de adquirir servicios a través del acuerdo comercial con VMware y usar las inversiones en VMware ya existentes para conseguir descuentos por fidelidad para su entorno híbrido VMware Cloud on AWS.

Sesión general de VMworld

Clicar para ver el vídeo

En palabras de Pat Gelsinger, el máximo responsable de VMware, "VMware Cloud on AWS ofrece a nuestros clientes lo mejor de ambos mundos. Este nuevo servicio hará que sea más fácil para ellos preservar la inversión ya realizada en aplicaciones y procesos, mientras sacan el máximo partido de la globalidad, las capacidades avanzadas y la escalabilidad de la nube pública de AWS".

Otro de los focos de este VMworld fue el espacio de trabajo, un entorno que VMware domina tras la integración de Airwatch. El proveedor lanza VMware Workspace ONE Essentials, con prestaciones de prevención de pérdida de datos para Office 365 y mayor compatibilidad con aplicaciones.

"Queremos posicionarnos como uno de los grandes players en tecnología"

María José Talavera, VMware

María José Talavera explicó en su encuentro con la prensa durante VMworld 2016 que "moblity & desktop están teniendo muy buen rendimiento; Airwatch es la línea de negocio que más ha crecido en los últimos tiempos en España, más que otros países. Con esta solución no solo manejamos móviles, también muchos puntos de venta, casos de uso que nos han puesto por delante de otros países de Europa". También señaló que se están "arrancando muchos proyectos alrededor de NSX, vinculado a la seguridad, por la microsegmentación que permite".

Respecto a cloud, uno de los grandes focos de VMware en su VMworld europeo, "muchas de las razones por las que los clientes no se mueven a cloud se deben a la seguridad. En este sentido, la clave de los acuerdos con IBM (anunciado en VMworld de Las Vegas) y Amazon Web Services, es NSX. Esto permite tener una única política de seguridad dentro y fuera de la red. La seguridad viaja entonces en los dos sentidos. Es significativo que dos de los grandes providers lo estén adoptando".

El acuerdo con AWS no estará disponible hasta 2017, pero Talavera ve grandes oportunidades. "El de IBM Softlayer está más orientado a gran empresa y con Amazon, al negocio de volumen. Probablemente no sean los únicos en el tiempo; no nos cerramos ninguna puerta. Ahora el foco es que el acuerdo con Amazon sea factible. Con esos dos proveedores se cubre un espectro muy grande de clientes, que representan dos tipos de usuarios muy diferentes".

María José Talavera, directora general de VMware España, habla para el Informativo IT durante VMworld

Clicar para ver el vídeo

A nivel local, se ha anunciado recientemente que Telefónica, presente en el evento, ha decidido evolucionar su solución Virtual Data Center (VDC) utilizando VMware vSphere, VMware vCenter y VMware vCloud Director. Dicha solución está disponible en España, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú, y ahora también en Estados Unidos.

VDC es una solución de Cloud IaaS (Infraestructura como servicio) implementada sobre comunicaciones totalmente privadas, que da una respuesta integral para desplegar infraestructuras sobre una plataforma elástica y flexible, con la máxima garantía de seguridad. La solución es especialmente interesante para clientes multinacionales, para clientes que precisen de servicios de infraestructura, así como para clientes que necesiten hibridar sus clouds privadas.

VMware insiste en su independencia

Además de los anuncios técnicos que se produjeron en VMworld, uno de los mensajes que los directivos de la compañía quisieron dejar claro es la independencia de VMware, ahora que la fusión de Dell y EMC se ha completado. Tanto el CEO, Pat Gelsinger, el vicepresidente y director general de informática de Usuario final, Sanjay Poonen, y María José Talavera, directora general de VMware Iberia, ratificaron esta condición de la empresa pese a que su matriz se haya unido a Dell. "Somos independientes. Trabajamos con compañías como HPE, Cisco o la propia Dell-EMC. Así éramos al inicio, cuando empezamos a trabajar con NetApp aun siendo rival de EMC, y así seguiremos siendo", explicaba el responsable de negocio de usuario final a la prensa española. Por su parte, Talavera señalaba que "no hemos notado cambios tras la adquisición. Además, los clientes están tranquilos. En España trabajamos mucho con compañías como HPE".

La edición de Barcelona de VMworld 2016 recibió a más de 12.000 asistentes

Segunda sesión general de VMworld

Clicar para ver el vídeo

Enlaces relacionados

- Sesión general de VMworld
- Seguridad intrínseca con VMware
- Virtualización con NSX
- VMware NSX para multi-hipervisor: guía de diseño para la virtualización de la red

ENCUESTA SOBRE EL CANAL TI

#EncuestaIT

¡Queremos conocer tu opinión! ¡Queremos conocerte a ti!

Participa en la Encuesta sobre el canal TI

PARTICIPA

En 2015, creció un 4,8%

El hipersector TIC se ratifica en la senda del crecimiento

Potenciado por las áreas de contenidos digitales y servicios audiovisuales, el hipersector TIC facturó en 2015 la cantidad de 90.010 millones de euros, según los datos de AMETIC. Para este 2016, la previsión es que llegue a los 94.857 millones de euros.

Internet y el mundo audiovisual tiran del mercado tecnológico. Los últimos datos recogidos por AMETIC constatan el crecimiento continuado del hipersector TIC con signos más que positivos: un crecimiento del 4,8% en 2015 y una previsión del 5,4% para este 2016. Con todo, no todos los segmentos que componen este hipersector se han comportado de la misma manera. Los segmentos que más crecieron son contenidos digitales (13,3%) y servicios audiovisuales (11,5%), aunque también subieron otros como servicios de TI (7,6%); hardware (7,3%); telecomunicaciones (7,1%); software (3,4%); y la industria electrónica (3,2%). Por el contrario, las comunicaciones fijas y móviles cayeron un 3,4% y un 5,9%, respectivamente, así como la electrónica de consumo, también un 3,4%.

Benigno Lacort, director general de AMETIC; José Manuel de Riva, presidente de AMETIC; Ventura Pobre, Relaciones Internacionales de AMETIC y vicepresidente de BusinessEurope; y Alicia Richart, RR II de Cellnex.

Benigno Lacort, director general de AMETIC, desgrana en el Informativo IT los resultados del hipersector

Clicar para ver el vídeo

"A pesar del parón político, los datos confirman una subida, aunque no es homogénea", advirtió José Manuel De Riva, presidente de AMETIC, en la presentación de los resultados, que en 2015 logró una facturación total de 90.010 millones de euros. Para este año 2016, la Asociación prevé que dicha cifra aumente un 5,4%, con 94.857 millones de euros.

La mayor proporción de los datos obtenidos en 2015, un 34,5% corresponde a servicios de telecomunicaciones, han alcanzado un volumen de negocio de 30.821 millones de euros. Según la asociación, tras años de severa contracción, las telecomunicaciones en España parecen estabilizarse en datos similares a los de 2014 dado que la caída en servicios minoristas tanto fijos (-3,4%) como móviles (-5,9%) se compensa por el impulso de los servicios audiovisuales prestados por las operadoras (+11,5%) y el incremento de sus servicios mayoristas (+2,3%). Le siguen los contenidos digitales suman 19.731 millones de euros -un 21,8% del total-.

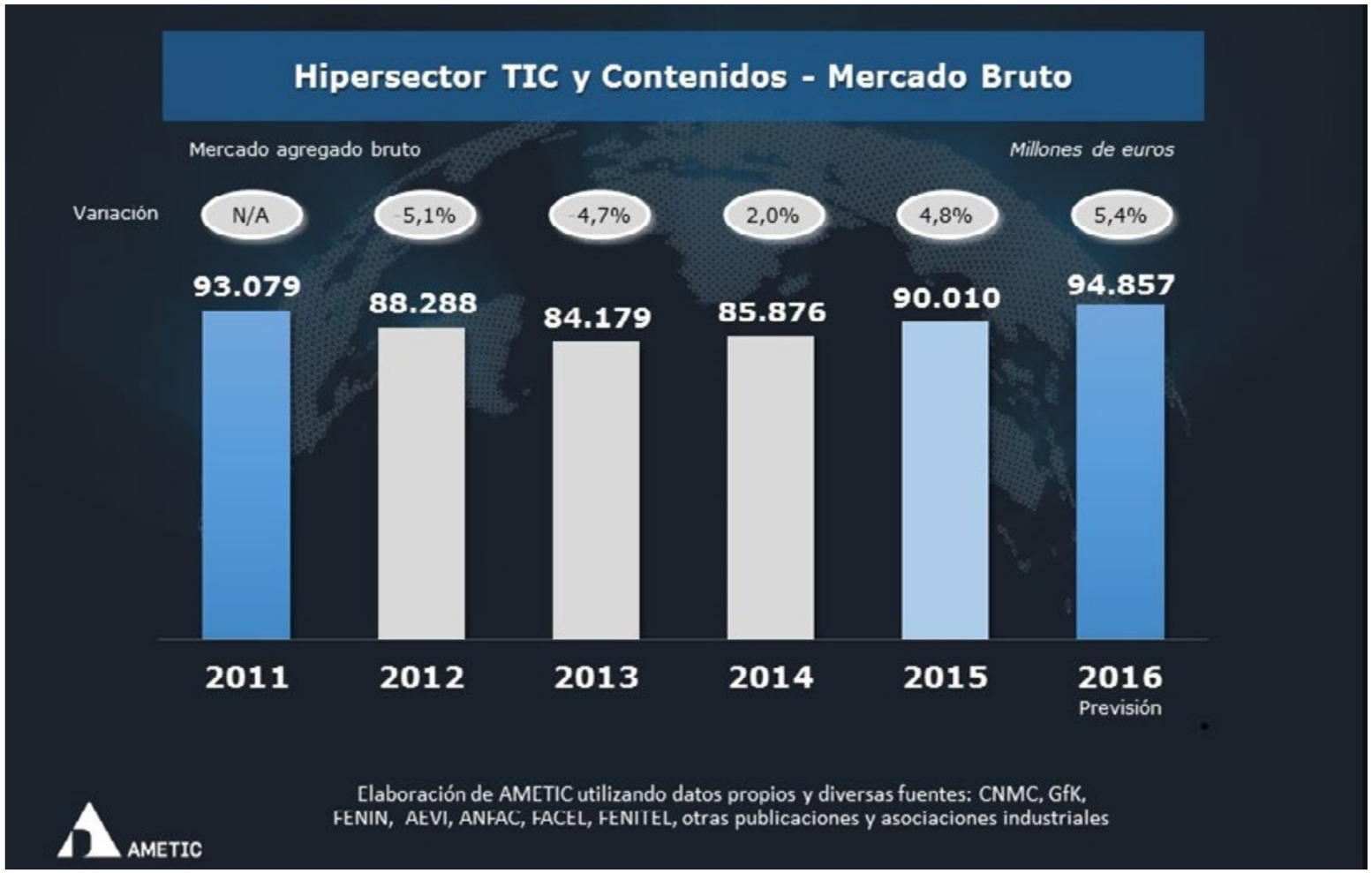
> *Tecnologías de la Información es el segundo motor de crecimiento del hipersector TIC*

El segundo motor de crecimiento del hipersector está liderado por las Tecnologías de la Información, con unas ventas de 22.694 millones de euros que aportan el 25,1% del total. Está impulsado por la transformación digital de las corporaciones y la consiguiente inversión en servicios (+7,6%) y en equipos (+7,3%).

La industria electrónica registró 14.962 millones de euros, un 16,6% del cómputo total. Desde AMETIC destacan que en este año, su crecimiento se ha estabilizado alrededor del crecimiento del PIB (+3,2%).

El 2% restante procede del segmento de electrónica de consumo, que contribuye al hipersector TIC con 1.802 millones de euros. La perspectiva es que siga contrayéndose (este año lo hizo un 3,4%), lastrado por la caída de ingresos en audio (-13,2%) y video (-2,5%).

AMETIC también ha analizado el empleo en el hipersector, que mira con optimismo. De acuerdo con el informe, el mercado de las TIC y de los Contenidos digitales daba empleo en 2015 a 432.602 personas, un 1,9% más que en 2014. Para este 2016, se espera que en el hipersector estén trabajando 441.687 profesionales, lo que significa un incremento del 2,1% sobre 2015.



Evolución del hipersector TIC. Puedes descargar la presentación

Demanda de un Ministerio de Economía Digital

AMETIC, que representa a unas 3.000 empresas, tiene sus esperanzas puestas en la propuesta al nuevo gobierno de la creación de un Ministerio de Economía y Sociedad Digital que potencie la transformación de todos los sectores de la economía. Durante el encuentro con la prensa, los distintos portavoces de AMETIC abogaron por un organismo de alto nivel capaz de desarrollar una estrategia "transversal", que aplique a todo el tejido empresarial y las administraciones públicas. "No pedimos nada que no tengan los países avanzados", apuntó De Riva, como sucede en lugares como Corea, Finlandia o Bélgica. "La economía digital tiene cada vez un mayor peso". La Asociación se muestra confiada en lograr este objetivo por la buena recepción que ha tenido su planteamiento entre los distintos grupos políticos a los que se la ha presentado. Sin embargo, y aunque sí destinó tiempo en su discurso de investidura de junio a la economía digital, Mariano Rajoy decidió obviar este apartado en el pronunciado en el primer día de este último debate de investidura. Una postura que difiere sobremanera con la posición que le otorga la Unión Europea, cuyo segundo objetivo es desarrollar el mercado único digital, tal y como reiteraron los representantes de AMETIC en el encuentro con la prensa para explicar los números del hipersector.

El sector de la electrónica de consumo seguirá contrayéndose por la caída de ventas en audio y vídeo

Enlaces relacionados

- **Resultados del hipersector TIC en 2015 y previsión de 2016**
- **AMETIC, a favor de la normativa europea sobre comunicaciones electrónicas**
- **El sector TIC español necesita más trabajadores por cuenta propia**
- **Vídeo de AMETIC con su propuesta de un Ministerio de Economía y Sociedad Digital**

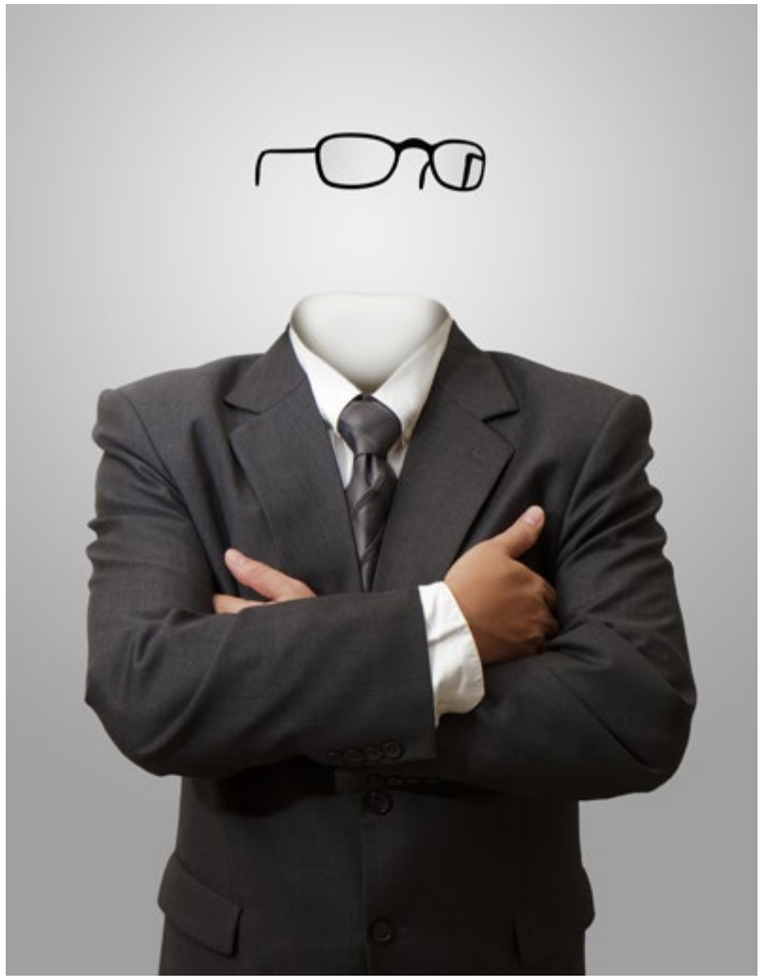
www.ingrammicrotraining.es

INGRAM MICRO® | Training

Tu éxito empieza aquí

Te formamos y te ayudamos
para tener éxito en un mundo
donde la tecnología cambia
y evoluciona rápidamente.

En Ingram Micro Training tenemos las soluciones de formación.
Visita nuestra web y descubre la formación que más se ajusta a todas tus necesidades.



Los invisibles

Cuando hablamos de colaboración, de Responsabilidad Social Corporativa, de tiempo para los demás, pensamos en personas conocidas que participan en alguna acción colectiva o en las caras visibles de cualquiera de las buenas obras que, por suerte, se realizan a diario. Pero, detrás de cualquiera de estas buenas acciones hay una serie de personas que están siempre ahí, aportando, ayudando, y a los que, normalmente, no solemos "poner cara" ni conocemos su nombre o sus razones para colaborar. Este mes, Samira Brigüech, presidenta de la Fundación Adelias, pone el foco en esas personas que siempre están ahí, pero que, para los ojos generales, pasan desapercibidos: los invisibles.

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

¿Qué tienen en común un directivo de Google, otro de Sanitas, otro de Symantec, otro de Toshiba, otro de Orange, un cirujano cardíaco y un magistrado de la Audiencia Nacional? Amén de que son personas muy ocupados y que desarrollan trabajos que nos les dejan tiempo para casi nada.

Esta gente no tiene dos cerebros. Sus teléfonos siempre están sonando. Sus agendas echan humo. Suelen tener hijos. Viajan. Se suele decir de ellos que son unos currantes. Y que lo que tienen es que porque se lo han ganado. Son triunfadores.

Los invisibles mueven conciencias en su entorno, porque ellos saben que es la única manera de mantener la suya activa; eso les hace ser hombres y mujeres más fuertes, comprometidos con un mundo en desequilibrio

Van por la vida pisando fuerte porque saben que marcan la diferencia, son inteligentes, ambiciosos, luchadores.

Es el perfil de los invisibles. Personas brillantes, con poco tiempo para sí mismos, emprendedoras y que actúan discretamente porque forman parte de la cadena del bien. Donan tiempo, dinero, talento, conocimiento, productos, contactos y comparten lo que otra persona, en algún lugar del mundo, puede necesitar para comer, para vivir, para ir al colegio o para recuperar las piernas que se llevó un camión al cruzar una calle triste.

Los invisibles están en todas partes, aunque nadie hable de ellos. Tratan de "hacer algo", porque vivir una vida de privilegios sin aportar nada al mundo le quita brillo a la suya propia.

Son personas que saben que, si mueven ficha, más personas en su entorno la moverán; por eso muchas veces les invitamos a que hagan pública su actuación, para dar ejemplo. Para no quedarnos en un "tengo que hacer algo por ayudar a los demás" y luego seguir con nuestra tarea.

Los invisibles mueven conciencias en su entorno, porque ellos saben que es la única manera de mantener la suya activa; eso les hace ser hombres y mujeres más fuertes, comprometidos con un mundo en desequilibrio, y ellos, con su actividad, su comportamiento, sus donaciones, saltan sobre la balanza para equilibrarla, para recordarles cada día de su vida que de cada uno de nosotros depende mejorar la vida de otro ser humano: de un niño que lucha por sobrevivir en circunstancias hostiles, en las que no querríamos ver a nuestros hijos ni en sueños.

Como decía Edmun Burke, "Lo único que necesita el mal para triunfar es que los hombres buenos no hagan nada".

¿Quieres colaborar?

adelias FUNDACION

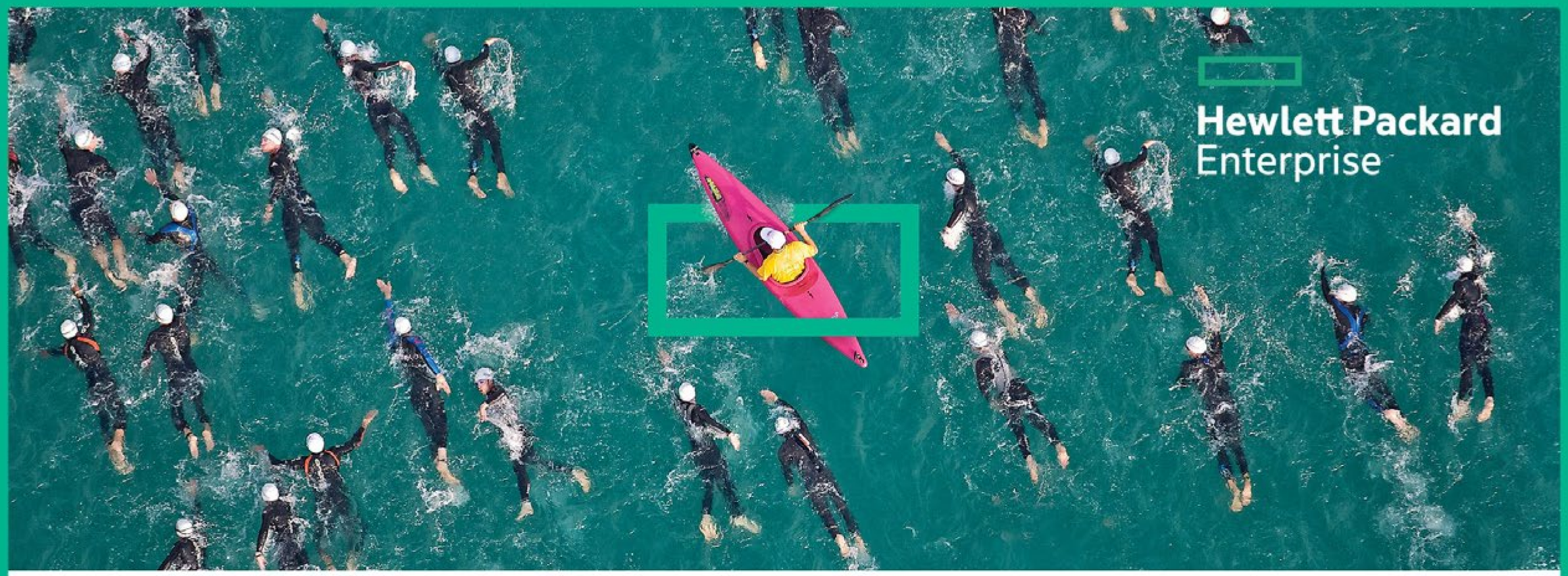
Puedes hacer tus aportaciones en la cuenta ES27 2100 6274 3202 0003 5801 o, si lo prefieres, tienes otras opciones en este enlace

Expedición médica humanitaria Sanitas -Fundación Adelias Sept 2016

Clicar para ver el vídeo

Enlaces relacionados

Fundación Adelias



Soluciones de almacenamiento para cualquier escala, rendimiento o inversión

Descúbrelo en los webinars de HPE e Intel®

Regístrese

Intel Inside®.
Para una productividad extraordinaria

Las soluciones de comunicaciones unificadas y colaboración atraen al canal

Según recientes estudios, el 55% de las organizaciones utilizan soluciones de comunicaciones unificadas y colaboración, y un 61% planean implementarlas o renovarlas en los próximos dos años. Y es que las empresas que han apostado por ellas están experimentando retornos de alto valor de las inversiones que están haciendo, incluyendo aumentos de la productividad, de la colaboración de los empleados, de la flexibilidad, y una reducción de costes a largo plazo. Viendo pues la fuerte apuesta de las empresas por este mercado, no es de extrañar que el canal haya puesto sus ojos en él.

Se estima que en la actualidad pueden existir 1.300 millones de trabajadores móviles. Los nuevos modelos de trabajo y la mayor implantación del cloud hace que para 2020 se esperen 20.000 millones de dispositivos conectados (IoT), es decir, hasta seis dispositivos por usuario. Esto hace necesario mejorar la colaboración y comunicación, y las soluciones englobadas bajo el paraguas de las comunicaciones unificadas y la colaboración (UC&C) pueden ayudar a hacerlo.

Las soluciones de UC&C permiten a las empresas analizar y optimizar sus flujos de comunicación, ofreciendo la posibilidad de compartir y colaborar de muy diversas formas. Combinar las comunicaciones unificadas, como telepresencia, mensajería instantánea y videoconferencia, con soluciones de colaboración, como redes sociales, espacios de trabajo virtuales y buscadores de talentos, puede ayudar a sus empleados a acceder a la información y compartirla de manera segura cuando y donde la necesiten. Estas soluciones pueden ofrecer también un ahorro de costes y llevan a encontrar el equilibrio entre flexibilidad y control.

Mercado maduro y en crecimiento

El de comunicaciones unificadas y colaboración un mercado muy maduro y con un elevado nivel de implantación, como así atestigua un estudio que revela que el 55% de las organizaciones utilizan estas soluciones, un elevado porcentaje de las cua-

El mercado de UC&C crecerá a un ritmo anual del 12,3% hasta 2020, en que ingresará 48.610 millones de dólares

les son grandes empresas, una tendencia que va en aumento, ya que el 61% planean invertir en implementar o renovar las soluciones en dos años. La tendencia al alza en la adopción de estas soluciones también se traslada a los planes de inversión, ya que el presupuesto asignado a comunicaciones unificadas y colaboración va a registrar un aumento del 9%.

Otro estudio de la compañía de investigación Technavio, augura que el mercado de UC&C crecerá un 12,3% anual hasta 2020, año en que se calculan unos ingresos de 48.610 millones de dólares. Dentro del mercado, el segmento más grande es el de colaboración empresarial, con una cuota del 51% en 2015. Éste a su vez se puede segmentar en servicios de conferencia (servicios de audio, vídeo y conferencia web); correo electrónico y mensajería; aplicaciones de colaboración inalámbrica; y proce-

Esprinet, un negocio de valor alrededor de UC&C

Los mayoristas juegan un papel muy importante a la hora de organizar y estructurar el mercado. Sus labores de consultoría, preventa, generación de demanda soporte, logística y marketing, son claves a la hora de contar con partners de confianza. La capacidad de influencia y confianza que el mayorista puede aportar e infundir al integrador, son claves para la creación de nuevas oportunidades de negocio. También son imprescindibles para crear propuestas para sectores verticales que requieren soluciones y servicios específicos, como atención sanitaria, educación o Administraciones Públicas.

Un ejemplo de mayorista volcado en este mercado a través de su división V-Valley es Esprinet, cuyos responsables señalan que "el mercado de las UC&C ha madurado y ahora se dirige de manera directa a cualquier usuario. Se han rebajado las exigencias de infraestructura para poder conectarse, compartir, etc., desde cualquier lugar y dispositivo, y a precios muy competitivos. Es por ello, que el espectro se abre ya a casi cualquier empresa".

Para el mayorista las mayores oportunidades de este mercado están en las soluciones cloud y los servicios asociados a comunicaciones unificadas, que a su parecen van a ser sin duda los puntos a tener más en cuenta en el futuro. "El panorama actual dibuja un escenario de movilidad que no entiende de protocolos ni de exigencias en la rigidez particular de cada fabricante. En un futuro, el "todos para todo" será lo que impere o te quedarás fuera", aseguran desde Esprinet.

Los responsables del mayorista apuntan asimismo que, para el canal TI, "este mercado es un eslabón más en la cadena, aunque hay que tenerlo bien reforzado para evitar que debilite la misma. La figura de un mayorista de valor que aporte además servicio, paquetizando una solución conjunta, permitirá abrir el catálogo de sus partners para llegar incrementar la cifra de manera exponencial". Es obvio que la parte de servicios es fundamental en este tipo de soluciones que no solo requieren del suministro de una solución de hardware. En la actualidad, V-Valley cuenta con las marcas Polycom, Huawei, Yealink, Gigaset, Alcatel, Ricoh y Microsoft, con las que de momento tiene todos los nichos de negocio cubiertos. "Esperamos tener un crecimiento muy elevado, ya que la gama de producto que se está desarrollando en la actualidad encaja a la perfección con la masa de clientes foco con la que V-Valley y Esprinet trabaja", concluyen.

El canal está en una posición inmejorable para demostrar a las empresas los beneficios de las soluciones

sos de negocio habilitados para la comunicación. En 2015, los servicios de conferencia representaron la mayor cuota de mercado, debido al creciente uso de soluciones de audio y de conferencia web.

El de telefonía empresarial fue el segundo mayor segmento, con un 39% del mercado en 2015, impulsado por la adopción en los sectores de servicios financieros, hostelería y transporte. Durante los últimos tres años, las pymes también han comenzado a mostrar un interés activo en soluciones de telefonía empresarial para reducir el coste total de propiedad (TCO) y las facturas de telecomunicaciones. Sin embargo, Technavio predice que este segmento se reducirá debido al aumento de la fuerza de trabajo móvil y la apuesta de las empresas por soluciones móviles

Por su parte, el segmento de centros de contacto representó el 10% del mercado en 2015. De acuerdo con Technavio, los centros de contacto en todo el mundo están experimentando un crecimiento lento, ya que dependen en gran medida de la expansión de los operadores de telecomunicaciones. La popularidad de los centros de contacto basados en la nube en verticales emergentes, tales como la salud y el comercio electrónico, impulsarán las inversiones futuras en este segmento.

Diferentes modelos de implementación y un canal

Hablando de inversiones, las empresas están viendo retornos de alto valor de las inversiones que

El modelo de distribución del canal de soluciones de UC&C está cambiando hacia el modelo híbrido

están haciendo, incluyendo un aumento de la productividad, de la colaboración de los empleados, la flexibilidad, y una reducción de costes a largo plazo. Pero estos altos rendimientos sólo pueden realizarse con la innovación y el uso de modelos de implementación eficaces.

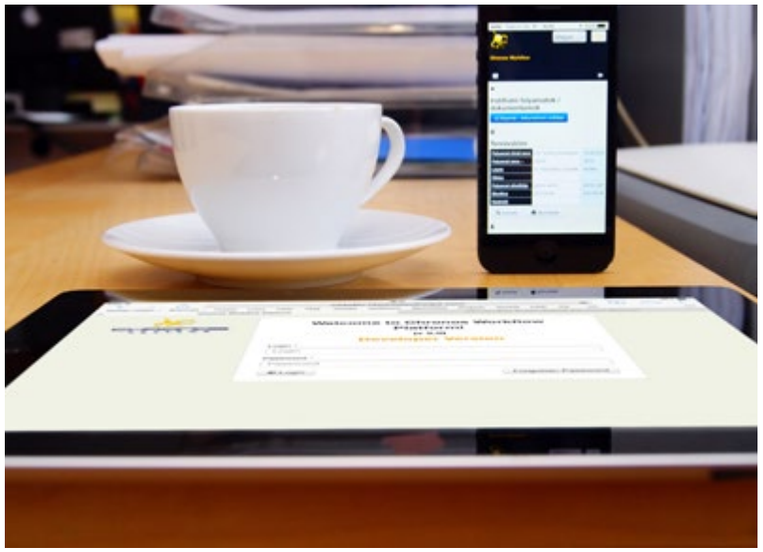
Hay una gran variedad de diferentes modelos de implementación, ya sea, on-premise, basados en la nube o híbridos. En la actualidad, casi la mitad (49%) de las organizaciones utilizan un modelo 100% on-premise y el 22% utiliza un modelo híbrido, con la mayoría de sus soluciones presenciales y algo en la nube. Se espera un cambio significativo a medida que cada vez más organizaciones se muevan a más entornos basados en la nube, un modelo ideal teniendo en cuenta su fácil administración sin necesidad de hardware, la flexibilidad de acceso y la rentabilidad. Ahí es donde entra en juego el canal, que se encuentra en una posición inmejorable para demostrar a las empresas los beneficios reales y alcanzables de las soluciones.

Además de estar plenamente formado en comunicaciones unificadas y colaboración para convertirse en asesor personal del cliente, el canal debe poder ofrecer a las empresas diversas formas de adopción que permitan aprovechar al máximo las inversiones ya realizadas. Además, es necesario que los distribuidores mejoren su capacidad para dirigir su oferta a las distintas líneas de negocio de las empresas. Sólo ellos pueden ofrecer a los clientes la información necesaria para conseguir grandes ahorros de costes y mayor productividad mediante la integración de la telefonía fija y móvil, aplicaciones de mensajería electrónica unificada, aplicaciones CRM, vídeo y seguridad.

Quizás, las barreras principales para el canal sean la percepción de complejidad o de falta de integración con las inversiones ya realizadas, y la falta de financiación. En el primer caso, sigue habiendo en el mercado algunas soluciones de UC&C que no están basadas en estándares, y por tanto no son compatibles con herramientas de otros fabricantes. En lo que respecta a la financiación, las soluciones cloud han eliminado las barreras de costes para muchas empresas. En este sentido, el canal está buscando nuevos modelos de negocio donde no solo se aporte a sus clientes una solución de colaboración, sino que ésta también sea ágil y económica.

Evolución del mercado y de los partners

En lo que respecta a la evolución del canal de soluciones de UC&C, su modelo de distribución está cambiando hacia el modelo híbrido, en el que cada vez más soluciones se ofrecen ya desde en la nube



Las mayores oportunidades están en las soluciones cloud y los servicios asociados a comunicaciones unificadas

o en modalidad UCaaS. Por tanto, el perfil que mejor puede aprovechar la oportunidad de este mercado es del distribuidor formado y certificado, con experiencia para ofrecer modelos mixtos de despliegue y servicios personalizados y enmarcados en la nueva era digital.

El canal es fundamental para catalizar y responder a las demandas de las empresas, tanto para la sincronización de dichos modelos híbridos, como para proveer servicios en la nube. Para ello. los partners deben estar atentos a la evolución del mercado. Estas son algunas las tendencias que marcarán el futuro:

WebRTC

Pensar en UC&C es impensable sin pensar en WebRTC (Web Real-Time Communication), una API que está siendo elaborada por la World Wide Web Consortium (W3C) para permitir a las aplicaciones del navegador realizar llamadas de voz, chat de vídeo y uso compartido de archivos P2P sin plugins. Todos los fabricantes comienzan a soportarlo, y aunque la experiencia de usuario no es la misma en todos los navegadores, varios estudios destacan un uso regular de soluciones de vídeo cloud por parte de los usuarios.

UCaaS

De acuerdo con un informe de Researchandmarkets.com, el mercado de comunicaciones unificadas como servicio (UCaaS) crecerá a un ritmo anual del 11,2% entre 2016 y 2022, impulsado en parte por la creciente adopción de BYOD y la movilidad empresarial. Este modelo de "como servicio" brinda gran flexibilidad a las organizaciones para administrar sus capacidades a medida que crecen. Según el informe, las tecnologías UCaaS son especialmente beneficiosas para la pyme, proporcionando una ventanilla única para hacer frente a la transformación empresarial y la digitalización.

CCaaS

El crecimiento de los centros de contacto como servicio (CCaaS) permitirá a los negocios arrancar y escalar un contact center rápidamente. Los agentes sumarán funciones más allá de llamadas y correos electrónicos, como chat, grupos de trabajo y analítica. Con la tecnología de contact centers rentable disponible hoy, pequeños y medianos negocios podrán aprovechar capacidades que no estaban a su alcance en el pasado.

Colaboración integrada

Los negocios se apoyarán cada vez más en herramientas de colaboración integrada, que facilitan el flujo natural de la mensajería instantánea, teléfonos y comunicaciones en conferencia, video y el uso compartido de escritorio y archivos, sin la necesidad de abrir múltiples aplicaciones y recordar múltiples contraseñas, facilitando el trabajo en equipo virtual y permitiendo compartir y almacenar más y más información. La continua búsqueda de productividad hará que las organizaciones dejen de integrar aplicaciones y comiencen a utilizar herramientas de colaboración integradas con su plataforma de comunicaciones.

Enlaces relacionados

- I Comunicaciones unificadas y colaboración, según Gartner
- I UCC, según Techtarget
- W Contenido móvil, colaboración y Tercera Plataforma
- W Colaboración para optimizar la seguridad
- W Administración Pública, hacia un espacio de colaboración

NO TE PIERDAS NUESTROS #ITWebinars

EVOLUCIÓN Y ADAPTACIÓN DEL ALMACENAMIENTO AL IT ACTUAL

Ponente: **José Antonio Corredor, especialista en almacenamiento Dell España**

La evolución de las tecnologías aplicadas en los Centros de Datos trasciende el ámbito de lo que esa tecnología pretende resolver afectando a otros elementos. Ahora, el foco de esta evolución está en la simplificación de las tareas y el incremento del rendimiento. La primera se ve reforzada por tecnologías hiperconvergentes en las que el almacenamiento forma parte de entornos de escalado horizontal basados en arquitectura x86. En el área del incremento de rendimiento, la adopción de tecnologías como SSD ha permitido el desarrollo de nuevas capas de estratificación dentro y fuera de los propios sistemas de almacenamiento.

¡ÚNETE!

SEGURIDAD INTRÍNSECA CON VMWARE

Ponente: **Moisés Navarro, Business Strategist; y Miguel Cordón, Senior Account Executive Iberia Network & Security de VMware**

VMware ha venido trabajando en la racionalización, la agilidad, la automatización tanto del Centro de Datos como del puesto de usuario. La securización de estos entornos y de sus cargas de trabajo es determinante. Las plataformas definidas por software permiten ahora proteger esos entornos, para lo que es clave el concepto de micro-segmentación que habilita VMware. Descubre en este IT Webinar en qué consiste esa micro-segmentación y cuál es la propuesta de VMware para proteger los entornos empresariales.

¡ÚNETE!

TRANSFORME SU ALMACENAMIENTO EN UN SERVICIO ALTAMENTE DISPONIBLE

Ponente: **Rafael Díaz-Guardamino, especialista en almacenamiento para Dell España**

El propósito de un sistema de almacenamiento tradicional ha evolucionado. Cuando antes su misión fundamental estaba asociada a la provisión de capacidad para almacenar datos, ahora se buscan mecanismos avanzados de protección y disponibilidad que permitan la provisión de un servicio con la mayor de las garantías. Además, la nueva incorporación de tecnologías orientadas al máximo rendimiento, como es el SSD, ha propiciado la aparición de nuevas funcionalidades orientadas a la optimización que facilitan la incorporación de estas tecnologías a centros de datos de tamaño medio e incluso pequeño.

¡ÚNETE!

>> TAMBIÉN BAJO DEMANDA <<

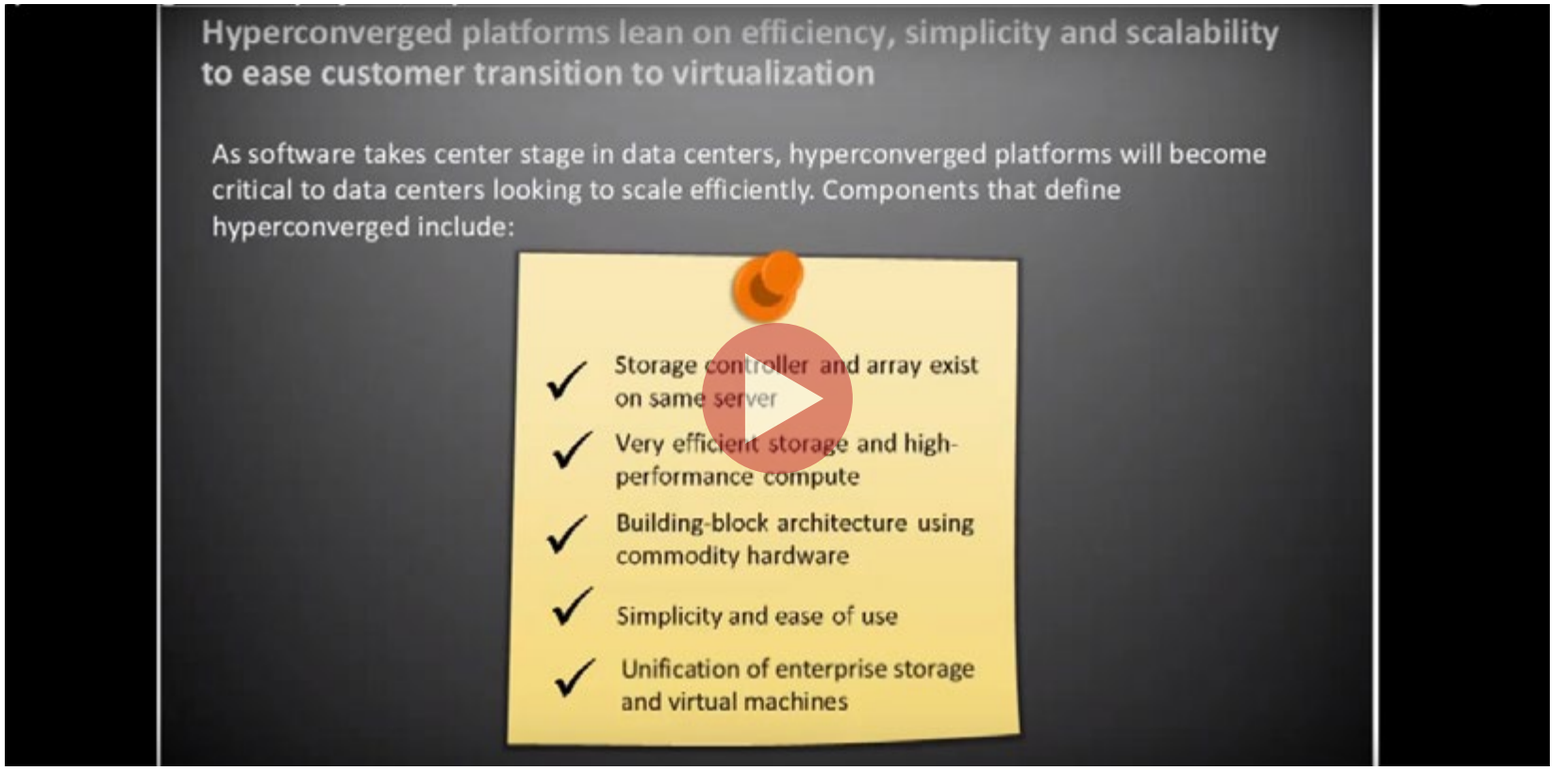
Estos sistemas están siendo adoptados rápidamente por las empresas

La oportunidad de los sistemas convergentes para el canal

Los sistemas convergentes son cada vez más atractivos para los fabricantes, dada la extensa oferta de soluciones disponibles. Por ende, los partners también quieren saber más acerca de las oportunidades de estas soluciones y lo que pueden ofrecer a sus clientes. IT Reseller ha hablado con fabricantes y mayoristas quienes nos han dado su visión del futuro del mercado y dónde está la oportunidad de negocio para el canal.

La creciente demanda de sistemas convergentes está llevando a muchos proveedores, como HPE, Oracle, Citrix e IBM, a ofrecer estas soluciones. Sin embargo, algunos fabricantes y distribuidores todavía no son conscientes de esta gran oportunidad de mercado. En este caso, es esencial entender qué son los sistemas convergentes, lo que esta tecnología puede hacer y cuáles son sus beneficios.

Lo primero es preguntarse, ¿qué es un sistema convergente? Un sistema convergente se puede definir como un sistema pre integrado que puede contener servidores, dispositivos de almacenamiento de datos, equipamiento de red, middleware y aplicaciones, además de software para la gestión, la automatización y orquestación de la infraestructura de TI. La virtualización también puede ser parte de una solución convergente.



Qué es la hiperconvergencia

Clicar para ver el vídeo

Rápido crecimiento

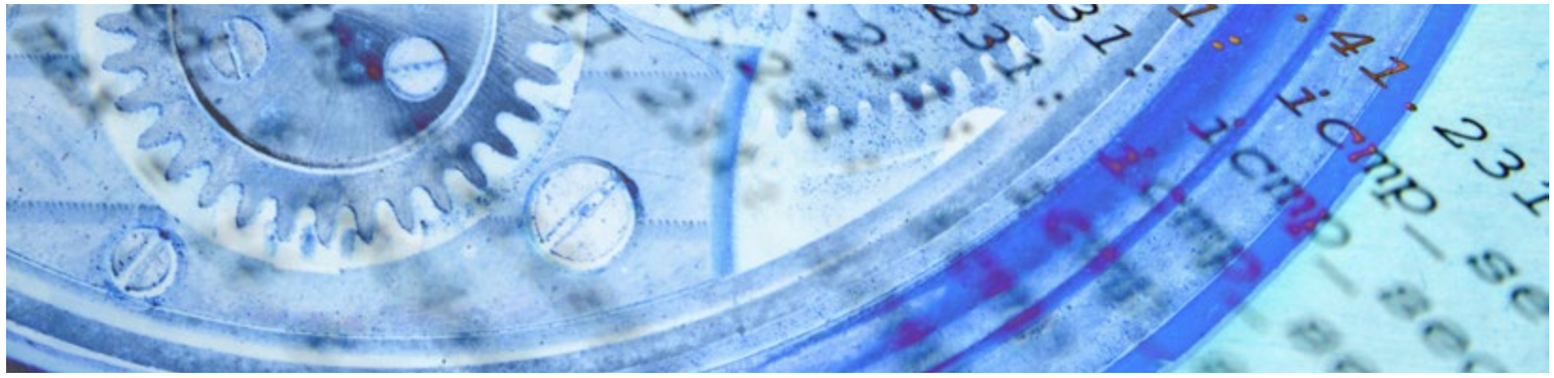
En su último estudio sobre sistemas convergentes, IDC destaca la rapidez con la que estos están siendo adoptados por las organizaciones de todo el mundo. No en vano, durante los primeros meses del año este mercado generó unos ingresos de 2.500 millones de dólares, lo que se traduce en un incremento del 11% con respecto al mismo periodo del año anterior. Esto se debe, fundamentalmente, a que "no es posible seguir arrastrando las pesadas arquitecturas tradicionales, pues lejos de parecer más baratas, los costes reales ocultos en forma de licencias añadidas, operación, gestión y

"Sigue habiendo mucha confusión entre sistemas convergentes derivados de arquitecturas tradicionales y arquitecturas realmente convergentes o hiperconvergentes",

Alberto Pérez-Cuesta, responsable de la unidad de negocio BigTec de Exclusive Networks Iberia

mantenimiento son inasumibles", explica Alberto Pérez-Cuesta, responsable de la unidad de negocio BigTec de Exclusive Networks Iberia. Además, a medida que las aplicaciones crecen en exigencia, también lo hacen los problemas de dimensionamiento, rendimiento y escalabilidad, y cada día más".

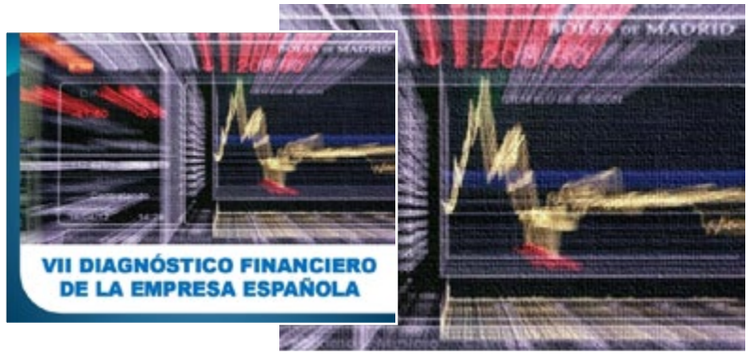
Y es que hay que tener en cuenta que "en el momento de considerar la actualización y planificación de la arquitectura TI, las empresas están siendo conscientes de que las reglas de juego han cambiado y que los procesos y tiempos tradicionales ya no valen en la nueva economía. Ahora ya no hay tiempo para hacer grandes proyectos cuya puesta en marcha se dilate y es básico apostar por la modernización y la consolidación con la máxima agilidad y al menor coste. Es por eso que los sistemas convergentes han ganado peso en este



DIAGNÓSTICO FINANCIERO DE

LA EMPRESA ESPAÑOLA

Este informe constata que, por segundo año consecutivo, una evolución favorable en la realidad de la empresa española, pero también sus dificultades desde el punto de vista financiero: evolución de las cifras de facturación, rentabilidad, coste del pasivo, acceso al crédito, morosidad, plazos de cobro... Ofrece también un análisis de las perspectivas económicas empresariales para este 2016. El informe está realizado por EADA y CEPYME.



INGRAM MICRO®

Value Business

Transforma tu negocio

Nuestras unidades de negocio especializadas y dirigidas a la venta de soluciones, te ayudarán a ser más competitivo y rentable, gracias a la digitalización de los negocios y a las sinergias que ofrecen.

www.ingrammicro.es

- Advanced Solutions
- AV/Pro
- DC/POS
- Physical Security
- UCC
- Smartech & Internet of things

INGRAM MICRO® | Training

imestraining@ingrammicro.com

Tu éxito empieza aquí

Diferénciate a través de la formación. En Ingram Micro Training no solo te formamos para que puedas conseguir tu certificación. Te formamos y te ayudamos para que puedas tener éxito en un mundo donde la tecnología cambia y evoluciona rápidamente.

Cómo se utilizan los sistemas convergentes

¿Cómo se usan los sistemas convergentes? Estos sistemas crean un grupo de servidores virtualizados, capacidad de almacenamiento y de red que es compartido por múltiples aplicaciones y líneas de negocio, por lo que es más sencillo y manejable. Una infraestructura convergente proporciona eficiencias técnicas y comerciales, derivadas de la pre-integración de los componentes de la tecnología, la puesta en común de los recursos de TI y la automatización de los procesos de TI.

Los sistemas convergentes hacen frente a los desafíos clave de la gestión de cargas de trabajo cambiantes y grandes cantidades de datos. Los beneficios clave para los clientes son la facilidad y la velocidad de despliegue, los menores costes de funcionamiento, la mejora de la seguridad, la creciente utilización, la facilidad de gestión, y la mejora del rendimiento y disponibilidad de las aplicaciones.

Estos sistemas simplifican el uso y optimización de entornos de aplicaciones mediante la integración de hardware, software y servicios en soluciones llave en mano. Este enfoque convergente permite a los clientes de revendedores y partners sacar provecho del potencial de la virtualización, la nube y la próxima generación de aplicaciones, tales como análisis en tiempo real. Además, también ayuda a acelerar la consolidación de las aplicaciones, los datos y la infraestructura heredados para impulsar el crecimiento del negocio y promover la eficiencia de costes.

contexto, dadas sus ventajas", añade José María Díaz-Zorita, responsable de venta indirecta de HPE.

"La ingeniería conjunta está siendo un fenómeno imparable en el mundo de las Tecnologías de la Información. Si en los años 80 del siglo pasado, la tendencia en informática fue la fragmentación, los cambios de la industria, junto con el historial de fusiones y adquisiciones vivido en las últimas décadas, han forzado la implantación de un nuevo paradigma en el que triunfan los productos integrados", asegura Iván Menéndez, responsable de infraestructura cloud de Oracle. "Esta nueva concepción

se caracteriza por sus múltiples beneficios: ahorro de costes, menor riesgo en las inversiones y mayor agilidad en el time to market, materializando así la perseguida idea de la empresa en tiempo real".

Previsiones del mercado

Con esta realidad como telón de fondo, las previsiones de crecimiento de este mercado no pueden ser más optimistas. Así lo asegura Santiago Méndez, director de Tech Data/Azlan, quien destaca que "si nos atenemos a las cifras de IDC, este mercado podría duplicar cifras en los próximos 3 años, hasta su-

perar los 4.000 millones de dólares. Y sabemos que los principales fabricantes trabajan en ello, debido a que es un mercado prometedor, si bien quizá tarde en consolidarse, ya que será necesaria una progresiva preparación trasvasar cargas de trabajo a la nube".

Beneficios de los sistemas convergentes

El rápido crecimiento que están experimentando los sistemas convergentes se deben, fundamentalmente, a los beneficios que aportan a las empresas, la mayoría de las cuales están inmersas en un proceso de transformación digital. "Utilizar sistemas de ingeniería conjunta o soluciones combinadas de software y sistemas en los departamentos de TI se ha convertido en el camino más directo para poder afrontar los nuevos desafíos empresariales en plena era digital, Así, con la unión de hardware y software se logra una implementación más barata y una simplificación de las operaciones, a lo que hay que sumar una reducción de los riesgos, debido a que las soluciones vienen integradas de origen. Igualmente, las optimizaciones en la integración de hardware y software permiten multiplicar los procesos de negocio que somos capaces de ejecutar con la misma inversión en tecnología, maximizando la eficiencia", explica Iván Menéndez.

"Los resellers son una pieza clave para ayudar a las empresas en la transformación digital",

José María Díaz-Zorita, responsable de venta indirecta de HPE

Santiago Méndez, por su parte, considera que "los sistemas convergentes están aportando una vía para ofrecer flexibilidad, escalabilidad y facilidad de gestión de los sistemas on-premise. Tienen su base en la adopción generalizada de la virtualización y suponen una automatización mayor del centro de datos, además de una gran flexibilidad, permitien-

#ContentMarketingIT

¿Quieres conocer todas las posibilidades que ofrece la **Videovigilancia IP Unificada**?

Gracias a D-Link, puedes descubrir las ventajas de apostar por una solución de Videovigilancia IP Unificada

Accede a este documento digital y descubre las claves de la Videovigilancia IP Unificada.

Videovigilancia IP Unificada:
la solución inteligente en seguridad

D-Link Building Networks for People · 30 YEARS of Innovation

it User TECH & BUSINESS

do poner en marcha nuevos servicios en minutos, puesto que está todo integrado".

José María Díaz-Zorita destaca, además, que "las empresas, a través de los sistemas convergentes, obtendrán una mayor flexibilidad para satisfacer sus demandas al mismo tiempo que reducen el coste de propiedad. De esta manera eliminan la falta de eficiencia y flexibilidad de las infraestructuras de un único silo cada vez con la agilidad y automatización definidas por software".

Percepción del tejido empresarial

Ante esta realidad, ¿entienden las empresas los beneficios que les aportan las infraestructuras convergentes? En opinión de Alberto Pérez-Cuesta "en estos momentos sí, si bien sigue habiendo mucha confusión entre sistemas convergentes derivados de arquitecturas tradicionales y arquitecturas realmente convergentes o hiperconvergentes. Los primeros tienen las mismas deficiencias que éstas, pues no han modificado en nada sus diseños y las heredan nativamente".

"Entenderse, se entiende, ya que el mundo de los sistemas integrados no es algo nuevo como con-

Cisco, HPE y Dell se disputan el mercado de infraestructura hiperconvergente

Durante los últimos meses el mercado de infraestructura hiperconvergente ha experimentado una serie de movimientos que están impulsando el negocio. Así lo confirma la consultora de TI Current Analysis, quien destaca el lanzamiento de nuevos productos por parte de Cisco, HPE y Dell y el desarrollo y expansión de las ofertas existentes como detonantes de esta evolución. Y a medida que este mercado evolucione, las empresas tendrán acceso a una gama cada vez mayor de ofertas que incluyen soluciones completas, arquitecturas de referencia y opciones de software que tiene en común el objetivo de reducir la complejidad de la infraestructura del centro de datos, aumentando la eficiencia de recursos y reduciendo los costes de operación.

A juicio de Chris Drake, analista de la compañía, "con el tiempo, lo más probable es que veamos aplicaciones cada vez más innovadoras y despliegues de infraestructura hiperconvergente a medida que las tecnologías y estrategias maduran". Ahora bien, el directivo se pregunta en este punto si este mercado puede mantener el número actual de proveedores y si existe la posibilidad de que haya una consolidación futura. "La supervivencia de las empresas, estrategias y productos depende, por lo general, de una serie de factores, entre ellos la estabilidad y el impulso empresarial, así como la fortaleza de la marca y su reputación". Además, continúa, "el éxito y la popularidad última de las soluciones individuales hiperconvergentes estarán determinados por cuestiones como el coste, la escalabilidad, el tiempo de implementación, la facilidad de uso y la flexibilidad, incluyendo su capacidad para trabajar con otro hardware y software", confirma.

De momento, Cisco, HPE y Dell ya están asentando sus posiciones en el mercado de la infraestructura convergente, junto con otros proveedores principales como IBM, Oracle, NetApp e Hitachi.

RESULTADOS DEL HIPERSECTOR TIC EN 2015 Y PREVISIÓN DE 2016

AMETIC ha publicado los resultados del hipersector TIC correspondientes al año 2015, con un aumento del 4,8%. En este informe puedes leer detalladamente cómo se han comportado los diferentes subsectores que lo componen, así como la previsión que hace la asociación para el negocio en 2016.

cepto. Pero es verdad que la posibilidad de integrar los principales procesos de producción a través de infraestructuras definidas por software sí supone una novedad a la que habrá que adaptarse", afirma Santiago Méndez.

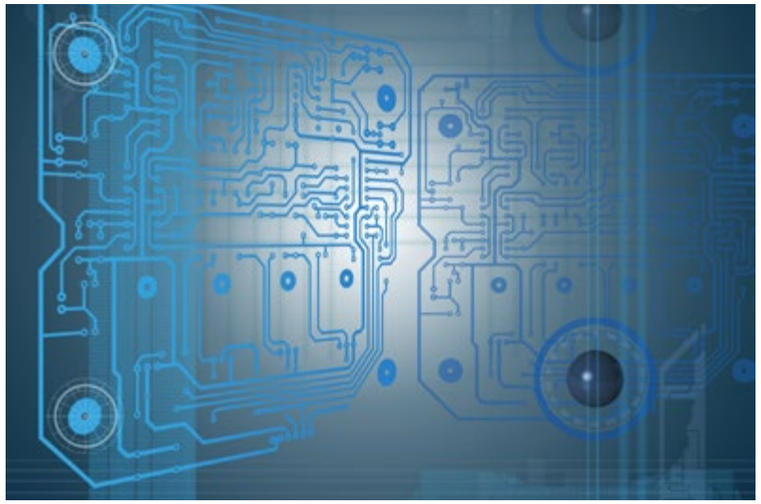
"Los sistemas convergentes se presentan como la oportunidad perfecta y necesaria tanto para las empresas como el canal. Los sistemas convergentes hacen que la infraestructura de la empresa sea más rápida, simple y eficiente", puntualiza José María Díaz-Zorita.

Oportunidad para el canal

Como la mayoría de los mercados, el canal de distribución TI puede aprovechar la oportunidad que representa el sector de sistemas convergentes. "En el caso de la hiperconvergencia, sin duda alguna. Creo que, además, conlleva un cambio en la manera de vender servicios que es muy importante", afirma Alberto Pérez-Cuesta. "Hasta la fecha, los integradores desplegaban infraestructuras y aplicativos de manera muy artesanal, lo que conllevaba una inversión alta en servicios, personal y formación de los mismos. Sin embargo, ahora esto cambia y la clave pasa por invertir poco en la base del servicio, la infraestructura, para poner el foco en el auténtico valor añadido, la integración, que es el mundo donde no se compite por precio, en el que la rentabilidad de negocio crece".

"Los partners que sean capaces de incorporar valor al cliente son los que mejor aprovecharán la oportunidad"

Iván Menéndez, responsable de infraestructura cloud de Oracle



En este sentido, Santiago Méndez asegura que este segmento representa "una gran oportunidad, además del imperativo adicional, de mantener la competitividad. Podríamos decir que los resellers se verán obligados a "subirse al carro", pero al mismo tiempo en ello encontrarán nuevas oportunidades para su negocio".

Si el canal "está enfocado a un sistema convergente, las empresas y partners que lo componen disfrutarán de la flexibilidad, facilidad y rapidez que estos sistemas proporcionan, con lo que se beneficiará de ello".

Qué hacer para aprovechar la oportunidad

Si el mercado de sistemas convergentes puede ser aprovechado por la red de venta indirecta, ¿qué es lo que tiene que hacer un reseller para lograr incrementar su negocio? "Para crecer en este mercado, los partners deben centrarse no sólo en el proceso de reventa, sino en el valor añadido que pueden llegar a aportar mediante sus capacidades de integración, de creación de nuevos servicios, etcétera. Hay que pensar como el cliente y hay que ofrecer una solución tecnológica para resolver sus problemas de negocio, no simplemente suministrar producto", explica Iván Menéndez, mientras que

Resultados del hipersector TIC en 2015 y previsión de 2016

AMETIC ha publicado los resultados del hipersector TIC correspondientes al año 2015, con un aumento del 4,8%. En este informe puedes leer detalladamente cómo se han comportado los diferentes subsectores que lo componen, así como la previsión que hace la asociación para el negocio en 2016.

7 métricas de rendimiento para crear mejor software y más rápido

Actualmente, los consumidores móviles hiperconectados están motivando la transformación de las industrias. Tienen altas expectativas y para competir, las empresas deben proporciona una experiencia digital superior y que dé respuesta a estas demandas. DevOps para la Entrega Continua hace que esto sea posible, pero para hacerlo correctamente se necesita una red de seguridad. Esto es de lo que trata la gestión del rendimiento de aplicaciones basado en métricas.

Informe de Seguridad de Aplicaciones y DevOps 2016

Este informe examina los retos que muchas organizaciones tienen al integrar la seguridad a través de DevOps, y aporta recomendaciones para fortalecer estos programas. El 99% de los encuestados afirman que la adopción de la cultura DevOps aporta la oportunidad de mejorar la seguridad de las aplicaciones; pero solo el 20% realizan testeo de seguridad de aplicaciones durante el desarrollo, y el 17% no utilizan ninguna tecnología que proteja sus aplicaciones, destacando una desconexión significativa entre la percepción y la realidad de los DevOps seguros.

Cinco formas de ganar con las plataformas digitales

Las compañías de plataforma digitales están transformando la forma de hacer negocios mediante la creación de grandes mercados, experiencias de cliente convincentes y nuevas formas de innovar. Pero ¿cómo encontrarán el éxito las empresas pequeñas y tradicionales en un entorno dominado por las empresas nativas digitales?

La Documentación TIC a un solo clic

it Digital MEDIA GROUP

it whitepapers

El almacenamiento da el salto a la era de la infraestructura convergente

Para un profesional de almacenamiento, el entorno tecnológico está cambiando rápidamente gracias a nuevas tecnologías innovadoras. La necesidad de cambio en este ámbito es enorme, dado que los departamentos de almacenamiento tienen el reto de disminuir los costes y aumentar la capacidad y el rendimiento, y muchos optan por el despliegue de infraestructura convergente. Hay tres cuestiones clave que el profesional del almacenamiento debe tener en cuenta a la hora de replantearse este cambio.

Conozca su almacenamiento existente y su utilización

En una cabina de almacenamiento tradicional, la capacidad y el rendimiento están ligados debido a las limitaciones de los discos duros, y la única opción para aumentar el rendimiento es añadir más unidades. Esta limitación implica que el sistema de almacenamiento tradicional debe disponer de mucha más capacidad de la requerida sólo para lograr el rendimiento deseado. Mediante un uso inteligente del almacenamiento flash, la infraestructura convergente puede desacoplar el rendimiento de los requisitos de capacidad.

Evite crear islas de almacenamiento convergentes

Antes de la llegada de almacenamiento centralizado, los datos se guardaban en servidores individuales. La industria se alejó de este concepto de "islas de almacenamiento" para hacer un mejor uso de la capacidad subutilizada, pero esto tuvo un coste. Para que los datos fueran accesibles, se tenía que atravesar una red, lo que añadía una cantidad razonable de latencia al tiempo de acceso. El almacenamiento flash ha permitido aumentar la eficiencia y el rendimiento. Existen algunas implementaciones en las que la memoria flash se fija directamente en el servidor. Sin embargo, este tipo de implementación limita la escalabilidad, fiabilidad y rendimiento, lo que da de nuevo lugar a islas de almacenamiento. Cuando analice soluciones de infraestructura convergente, tenga en cuenta la importancia de la localización de datos, y evite ir hacia atrás hacia la creación de islas de almacenamiento.

Identifique las necesidades de las cargas de trabajo

La infraestructura convergente e hiperconvergente ayuda a reducir los costes y la complejidad mediante la integración de servidores, almacenamiento, redes y gestión en una única solución. Para un profesional de almacenamiento, esto representa retos y oportunidades para la consolidación de cargas de trabajo. Antes de elegir una arquitectura para la convergencia, es importante identificar qué cargas de trabajo necesitan capacidad y cuáles requieren únicamente rendimiento. A menudo, las cargas de trabajo con el rendimiento más intenso, como VDI, sólo tienen requisitos mínimos de capacidad. Mediante la comprensión de las necesidades de las cargas de trabajo específicas, se puede seleccionar la arquitectura adecuada para cumplir con los objetivos de rendimiento y capacidad.

Santiago Méndez añade que "para asegurar su supervivencia, los distribuidores tendrán de adaptarse agregando servicios cloud y revisando su oferta de hardware. Por su parte, los mayoristas habrán de adaptar su oferta también".

"Los resellers son una pieza clave para ayudar a las empresas en la transformación digital. Las empresas sienten la necesidad de prosperar en la economía de hoy en día, transformándose en una infraestructura híbrida para proteger a la empresa digital, potenciar una organización dirigida por sus datos y optimizar la productividad del puesto de trabajo. Las soluciones de este tipo son otro factor integrante de este proceso", asegura José María Díaz-Zorita.

"Los sistemas convergentes están aportando una vía para ofrecer flexibilidad, escalabilidad y facilidad de gestión de los sistemas on-premise"

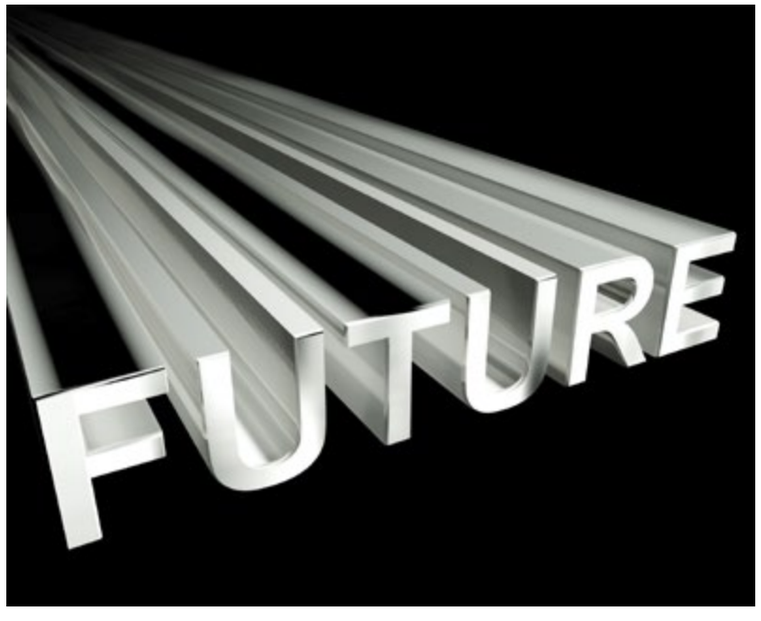
Santiago Méndez, director de Tech Data/Azlan

Eso sí, un reseller tiene que "contactar con fabricantes y distribuidores, formarse técnica y comercialmente, y firmar el partnership con las condiciones que ponga cada fabricante", añade Alberto Pérez-Cuesta.

Perfil de distribuidor

Otro punto a tener en cuenta es si todos los distribuidores pueden aprovechar este tipo de mercado. En opinión de Iván Menéndez "los partners que sean capaces de incorporar valor al cliente son los que mejor aprovecharán la oportunidad. Hemos visto generar proyectos de máxima transformación tanto a partners muy tecnológicos, como a consultoras de negocio, ISV, proveedores de servicios gestionados… o, incluso, a partners que ofrecen sus propios servicios Cloud al mercado. En general, cualquier distribuidor que conozca bien la IT o el negocio de sus clientes finales".

"Si atendemos a las previsiones de los expertos, el canal se centrará sobre todo en las medianas empresas como objetivo principal, ya que es el segmento más prometedor. Aquellos resellers de valor más capacitados para ofrecer propuestas de infraestructuras definidas por software serán los primeros en ver las ventajas de este nuevo modelo", considera Santiago Méndez, mientras que José María Díaz-Zorita añade que "Los sistemas convergentes pueden ser la solución a cualquier tipo de empresa que quiera dinamizar y agilizar su organización. Estamos ante una oportunidad ideal para las empresas de tamaño intermedio que deben hacer frente al reto único que supone tener que permanecer competitivos a escala empresarial, pero con unos recursos notablemente inferiores".



Enlaces relacionados

- W Cómo la hiperconvergencia puede ayudar al canal IT
- I Estudio IDC mercado de sistemas convergentes
- I Previsiones de Gartner sobre el mercado de sistemas hiperconvergentes
- V Hiperconvergencia, la evolución del data center
- I Entrevistas a Exclusive Group, HPE, Oracle y Tech Data

No solo IT

Management y canal

Lo que hay que tener

Por José Luis Montes Usategui, director de Smart Channel Technologies y director de Channel Academy

Psicobusiness

Inteligencia Emocional y comunicación, ¡son secundarios! (Parte I)

Por Asier de Artaza, director de www.yesmanagement.es

Tecnología y Negocio

A las empresas TIC les conviene una victoria de Clinton

Por Jorge Díaz-Cardiel, socio director general de Advice Strategic

Legal IT

Cloud Computing: homologación de proveedores

Por Lorena P. Campillo, abogada especialista en Derecho de las Nuevas Tecnologías

En la nube

La integración de sistemas se transforma en integración de servicios cloud

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

Desde mi análisis

El futuro pasa por Blockchain

Por Fernando Maldonado, analista asociado a Delfos Research

Internet de las Cosas

IoT y el coche conectado

Por Dario Ferraté, consultor TIC

Lo que hay que tener

Tantos mitos del sector se han jubilado, y asistimos incluso a algún entierro, mientras somos ya cincuentones los jóvenes que llenos de ambición, ilusiones y empuje tomamos poco a poco los escalones del organigrama. Y la rueda gira sin parar y nuevas generaciones ocupan sus lugares, algunos ocupan incluso los nuestros, en una dinámica, casi una moda, empobrecedora, injusta y sinsentido en la que alguien ciego dicta que sobran muchos profesionales solo porque sus deneís les acusan de tener más de 55 años.

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".

Sí, en este país baja el paro porque suben las afiliaciones como autónomos. Alguien se pregunta, quizá, si eso es una buena noticia. Y algún academicista estudioso experto, o sea que experto de nada, dictará desde su nube con suficiencia que no es ni bueno ni malo, que es el futuro. Como decía aquel, si esto es el futuro, que paren el mundo que yo me bajo.

¿Es el futuro empobrecer de talento y experiencia las organizaciones que se supone que han de liderar ese mismo futuro? Y lo cambian, ¿exactamente por qué? ¿Por juventud? Inapelable: por juventud sí que es … pero, ¿qué hay detrás de esa juventud? Que lo digan claro: ellos son más baratos y, creen, nosotros somos más lentos.

A lo primero habría que recordar el refrán: "lo barato sale caro". Incluso ser más contundente, con Machado, y decir que "solo el necio confunde valor con precio". Todos podemos nombrar personas de más de cincuenta que hoy son eso, autónomos como categoría fiscal, porque autónomos como cualidad profesional lo fueron siempre, que con un par de llamadas y un saber estar en una negociación levantan negocio equivalente a cien veces la diferencia entre su sueldo y el de quien les sustituyó. Así que por "precio" no será, y si lo ha sido permítame quien firmó ese despido que opine: no es usted más que un imbécil con capacidad de firma.

Todos podemos nombrar personas de más de cincuenta que hoy son eso, autónomos como categoría fiscal, porque autónomos como cualidad profesional lo fueron siempre

¿Estoy diciendo que no debemos incorporar a las nuevas generaciones al sector TI?. Un NO enorme, sonoro, vibrante y hasta un punto ofendido, por supuesto. Yo mismo estuve alguna vez en ese punto. El asunto no es quién entra, sino quién sale, y el porqué.

Pero no es mi artículo del mes un texto de queja, que también, sino que querría que lo fuera de acicate y moviera a reflexión. Porque hay un segundo punto en lo que aducen, al lado del coste, sobre el que los imbéciles firmantes podrían tener razón. Y digo podrían porque que la tengan, o no, depende de nosotros. Cincuentones del sector TI, unámonos alrededor de la rapidez de adaptación, de la ambición, de la proactividad, del trabajo duro para seguir siempre huyendo de las zonas de confort, en un sector que siempre ha matado, mata y matará a los que se quedan en ellas.

Lees esto en un buen ejemplo de eso: algunos de los mejores profesionales de la que algún día fue el líder mundial de su sector, todavía no en sus cincuenta, pero con esa edad ya a la vista, que con cuatro tablones botan el barquito que reinventa su segmento, y así que les va de bien. Y yo que me alegro. Y yo que tantos otros ejemplos de dicho corte podría poner. Pero tantos otros que de naufragios de zonas de confort que, también, como ejemplo, poner podría.

Y en éstas que organicé y moderé hace unos días una mesa redonda que giraba en torno a la pregunta "¿Tenemos los comerciales TI que necesitamos?". Acompañándome en la mesa estaban cuatro profesionales de enorme nivel y experiencia, altos directivos de compañías prestigiosas del sector, un lujo de personas en todos los sentidos. Y entre los asistentes estaba lo más granado del sector, así que el debate puedes imaginar que fue de altura y de profundidad. Puedes leer un resumen de las conclusiones principales aquí.

Abrió fuego Alberto soltando dos bombas inapelables que deberían de movernos a reflexión profunda. La primera, que pedimos hoy a nuestros comerciales que sean personas del Renacimiento, que abran cuentas, gestionen negocios complejos, aprendan continuamente nuevas tecnologías, entiendan desde muchos ángulos los modelos de negocio de los clientes, tengan capacidades de negociación, hagan venta consultiva, y empaticen con diversos interlocutores de diferentes departamentos y lenguajes, a menudo con intereses contrapuestos. Como decían los Hermanos Marx, "y dos huevos duros".

Añadió Alberto también que las diferencias entre compañías ya no están en los productos que venden, que son cada vez más iguales, sino en las personas que los comercializan. Así, sin anestesia: tonto que firmas despidos, deja de mirar la edad y mira a la persona, porque tu empresa podría no valer nada sin ella.

Recogí yo el guante y pregunté directamente: "¿y en un sector que se enfrenta a cambios acelerados y radicales, se sabrán adaptar a lo que viene los comerciales que tenemos?". Y Arturo mató el debate antes de que éste tomara el vuelo: "tengo comerciales que empezaron vendiendo máquinas de escribir y ahora venden sistemas complejos de almacenamiento, ¿cómo no van a poder adaptarse a lo que venga? Si siguen queriendo, por supuesto". Y todos hicimos así, de arriba abajo, con la cabeza. Yo, que a veces no sé si soy provocador o inconsciente, intenté aún avivar las cenizas de ese debate: "pero el modelo de negocio está cambiando del CAPEX al

OPEX, pasamos de vender cosas tangibles en "one shot" al pago por uso del todo-como-servicio, ¿sabrán adaptarse también a eso?"

Nueva mirada socarrona de Arturo que, breve, sentencia: "pues no hace años que vendemos contratos anuales de servicios, tan diferente esto no es, se trata solamente de adaptar lo que ya está más que inventado". Dos a cero, no me quedó más que arriar bandera, resumir y cambiar de tema: la experiencia es un grado; a lo mejor, más que reinventar la rueda, lo que tenemos que hacer es repintarle los radios, y los mecánicos que tenemos pueden hacerlo, si quieren y les dejamos, con una mano atada a la espalda.

Carlos, con la visión de la jugada que tiene Iniesta, se coló por la puerta abierta para terciar en el "si quieren": lo que determina si tenemos a las personas que necesitamos no es su edad sino su voluntad. Y echa mano de su experiencia inicial en una de las mayores consultoras del mundo para decirnos que todos venden, los juniors y los seniors, que cada uno marca el gol con su pie bueno pero que solo lo marca quien lucha en el entreno diario y está el día del partido en el sitio correcto en el momento justo. Que por eso sus equipos de alto rendimiento mezclan personas de edades distintas, porque la edad no es más que un dato y el verdadero vector es la voluntad multiplicada por la capacidad. Y yo, que le conozco, le entiendo bien, porque sé que hasta cuando está contento con el resultado siempre pide más, con aprecio sincero y una elegante sonrisa … pero más. Como decía David Ogilvy, lo que está suficientemente bien no está suficientemente bien. Así

Las diferencias entre compañías ya no están en los productos que venden, que son cada vez más iguales, sino en las personas que los comercializan

que es la voluntad de mejorar siempre lo que nos diferencia, y no la edad.

Y Marco, que lleva años y años seleccionando el grano de la paja, encontrando a los mejores profesionales para sus clientes, nos hace el favor de hacernos de Pepito Grillo y nos recuerda que nuestras empresas y las de nuestros clientes están crecientemente llenas de Millenials, nos mete el dedo en el ojo diciéndonos que en la sala casi nadie viste sin traje y corbata y que él lleva el "smart watch" porque se lo han regalado, y que tengamos la edad que tengamos nos hemos de asegurar de empatizar con el de enfrente, que cada vez más es de otra generación, y a lo mejor hemos de plantearnos algunos cambios profundos al respecto.

Así que, a las palabras mágicas de Alberto, Arturo y Carlos, "voluntad" y "adaptación", Marcos añade "empatía", y todos convenimos en que sí, que eso es algo objetivo e indiscutible, y que ahí los cincuentones tenemos un reto. Sale alguien a rescatarnos, y señala que sí, que vale, pero que también los jóvenes tienen el reto de empatizar con los que mandan en nuestros clientes, y que todavía muchos de ellos están en nuestra franja de edad. Y eso termina de poner en valor esa fórmula mágica final de la voluntad, la adaptación y la empatía, desde las que por encima de la edad podremos construir la nueva realidad.

Que, por otra parte, siempre ha sido así.

Enlaces relacionados

- Qué son los Millenials
- David Ogilvy
- OPEX
- Conclusiones Mesa Redonda Channel&wine

Inteligencia Emocional y comunicación, ¡son secundarios! (Parte I)

Asier de Artaza
Director de yes

Asier de Artaza, nacido en Bilbao hace 43 años, presta servicio habitual en grandes empresas, siendo Top Ten Management Spain, sobre Psicobusiness, para el desarrollo y capacitación de directivos; en liderazgo y gestión de personas; resolución de conflictos y negociación con grandes clientes o grandes operaciones. 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; Mediador Mercantil y Certificado en Coaching Skills for Managers.

Seguimos con el Psicobusiness, y seguimos aportando valor a la actividad empresarial con los conocimientos de la ciencia centenaria de la Psicología, siempre aplicados al negocio desde una perspectiva de 360º, directivos, empleados, clientes, proveedores… ¡personas!

El caso es que llevamos desde los 90 hablando de Inteligencia Emocional, y desde mucho antes de la importancia de la comunicación, y, aun así, decenas de años después no hemos evolucionado en la capacidad de desenvolvernos en estas materias, en la proporción que cabría esperar.

Todavía escuchamos al tratar estas cuestiones, la necesidad de puesta en valor de la inteligencia emocional, como recurso crítico en la gestión de las personas y de uno mismo. Así que nos vemos en la necesidad de recordar qué son estas cuestiones para, posteriormente, profundizar y plantear nuevos y mejores hallazgos.

Para empezar, definir qué es una emoción podría ocuparnos toda la extensión de este artículo, así que tratemos de visualizarlo de una manera resultona.

Emocional es aquello que surge de la parte de nuestro cerebro más primitiva y que nos lleva a la acción inmediata y de urgencia, (emoción, emotion, motion, motor…). Esta forma de proceder proviene de la necesidad de supervivencia que teníamos en la Prehistoria y mucho después también.

Lo que es emocional no es racional; aclarándolo un poco, no tiene un procesamiento lógico y reflexivo que analiza la situación, o decide las mejores opciones de pensamiento o comportamiento. Lo emocional simplemente sale lo que sale ¡y rápido! Así, como si tal cosa, y por la calle del medio... sin gestión mental.

¿Y por qué esto de tirar por la calle del medio? Pues porque gracias a esa parte primitiva cerebral, hace muchísimos años, tuvimos la clave de nuestra supervivencia… de los que sobrevivieron claro, los que no la tenían allí se quedaron.

Conclusión, el modo ganador fue el de "acción-reacción" que en la selva no hay tiempo para cotemplaciones del tipo "¿qué debo hacer? ¿Gritarle, o salir corriendo, o disimular que no tengo miedo? ¿Estará enfadado conmigo o con otro?"

Nada, con esa contemplación, o modo "acción-pensamiento-reacción", obtendríamos un ñam–ñam inmediato. Ni tampoco para afrontamientos más sociales como "pero ¡hombre! Mi amigo el león, y ¿qué tal? No vengas enfadado compañero, que todos los días sale el sol". Resultado… ñam-ñam.

Así que, ante un peligro detectado, en el que nos venía el animal a mordernos, teníamos dos opciones, o le mordíamos o salíamos corriendo cuan Ben Johnson dopado. Y eso era lo que pedía el "medio", lo que te hacía tener éxito… vamos no palmarla en el "medio Selva". La parte emocional del cerebro había hecho su gran aportación, ¡déjate de tonterías! No pienses y, o vuela o muerde tú primero en la yugular, a ver si lo neutralizas o le asustas. Cualquiera de las dos vale, ¡pero ya!

Claro, ahora el medio ha cambiado y hemos sustituido la frondosa selva por una diáfana oficina en las Torres Kio, con no precisamente una foto de Hakuna Matata en la pared, sino de la agradable cara del bisabuelo de tu actual jefe, y fundador de la empresa.

Entonces, ahora, el hecho es que cuando nos viene nuestro jefe, o director del departamento vecino, o presidente del comité, o subordinado oveja negra encolerizado con cara de león hambriento… lo de morder en la yugular o salir corriendo… pues como que no nos asegura la supervivencia en el "medio Torres Kio".

La comunicación verbal y no verbal es realmente la exteriorización, la puesta en escena, en la realidad, de lo que ocurre en la mente de una parte, y lo que hace que, al llegar al otro, lo que ocurre en la mente de aquél pueda cambiar

Inteligencia emocional

Clicar para ver el vídeo

Así que los mecanismos y formas de sobrevivir que nos dieron éxito durante tantas decenas de miles de años, se nos quedaron programados por defecto, y, como hemos visto, se basaban en reacciones emocionales, en acciones sin pensar. Éstas medidas de éxito nos las hemos cargado como las normas actuales de convivencia y civismo, las cuales no llegan a unos tres miles de años de existencia.

Conclusión, que, para funcionar ahora eficazmente, cuando te viene el típico encolerizado office lion, sí que vale el "hombre mi amigo el león, digo presidente del comité, pero ¿qué tal?... No vengas enfadado hombre, que todos los días sale el sol…"

Por lo que, en estos tiempos, toca el otro modo, el de pensar, parar la emoción, llevarla a un estado neutro, pensar racionalmente, y pensar nuestra actuación, que para nada puede ser atacar o huir, sino afrontar esa interacción, y como decimos muchas veces desde el Psicobusiness, toda interacción tiene potencial de llevar la situación a un plano superior si está bien gestionada, y ésa es nuestra responsabilidad como líderes. Por fin hemos conseguido definir y explicar el proceso de la inteligencia emocional.

Buff, primer concepto explicado, la inteligencia emocional. Venga, vamos de nuevo a por él: "me viene el input emocional, antes de que me dispare la emoción, la retengo, la gestiono quitándole impulsividad y orientación no habilitante, y produzco un output (nuevo pensamiento o comportamiento) eficaz para la situación y mis objetivos. Fin.

Cada uno hacemos nuestra pequeña representación de la realidad, con lo que la primera aportación de la comunicación es su utilización para captar, comprender, al máximo lo que tiene nuestro interlocutor en su cabeza

Vale, ¿y la comunicación que tiene que ver en todo esto?

Pues mucho, la comunicación verbal y no verbal es realmente la exteriorización, la puesta en escena en la realidad de lo que ocurre en la mente de una parte, y lo que hace que, al llegar al otro, lo que ocurre en la mente de aquél pueda cambiar. Así que casi nada. Porque conviene recordar que decidimos por emociones y justificamos por razones. Sí, no le des muchas vueltas, es así, y que las emociones se producen por nuestra interpretación de la realidad, y ésta interpretación depende de la información que procesemos, consciente e inconscientemente.

Con lo cual las emociones mandan, son el punto de partida, y es la interacción (comunicativa) la que tiene la capacidad de irlas modulando en una dirección u otra, y dándoles más o menos intensidad.

Con lo cual, la comunicación se convierte en otro eje fundamental de todo este juego, el potente artefacto que hace que las emociones del otro cambien es lo que nosotros le digamos en la emisión de la comunicación de nuestro mensaje y lo que el perciba en la recepción de nuestro mensaje, y viceversa.

Y para terminar con esta primera parte, nos encontramos que la realidad es complejísima y amplísima. Alguien dijo alguna vez que una imagen vale más que mil palabras, ¿entonces cuantas vale un vídeo? ¿Y una idea? ¿Y toda la información de la realidad? Así que nuestro pequeño cerebro hace lo que quiere, o lo que puede, y crea una representación de la realidad superpequeñita respecto a lo que ésta realmente es.

Cada uno hacemos nuestra pequeña representación de la realidad, con lo que la primera aportación de la comunicación es su utilización para captar, comprender, al máximo lo que tiene nuestro interlocutor en su cabeza, el cómo ha representado la realidad, cuál es su percepción.

Una vez conocida mejor su percepción, podremos acercarnos un poco más a una comunicación efectiva, que empieza por comprender de qué está hablando, cómo ve las cosas, qué quiere decir...

Luego, como aspecto destacado, tendríamos la forma en qué decimos las cosas, que es la parte absolutamente crítica, y donde intervienen las habilidades de comunicación, las técnicas de comunicación, la comunicación no verbal que ataca directamente al inconsciente, ese mecanismo que nunca para, y mucho más. Desarrollar estos conceptos sería salirnos de la extensión y objetivo de este artículo. Así que dejaremos para posteriores tal desarrollo para ir más allá y llegar navegando en el Psicobusiness al ¡Punto de Perspectiva! (Continuará…)

Enlaces relacionados

- Actividades para poner en práctica la inteligencia emocional
- Auto-test de inteligencia emocional (I)
- Auto-test de inteligencia emocional (II)

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 descubrimos 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.

A las empresas TIC les conviene una victoria de Clinton

Jorge Díaz-Cardiel
Socio director general de Advice Strategic Consultants

Se suponía que Tim Cook, primer ejecutivo de Apple, prestaría apoyo a la Convención Republicana de Cleveland, en que oficialmente se elegía al candidato conservador a la presidencia de Estados Unidos. Además, se esperaba que Apple se hiciera cargo de la logística tecnológica del evento y que, además hiciera una donación para financiar al partido republicano.

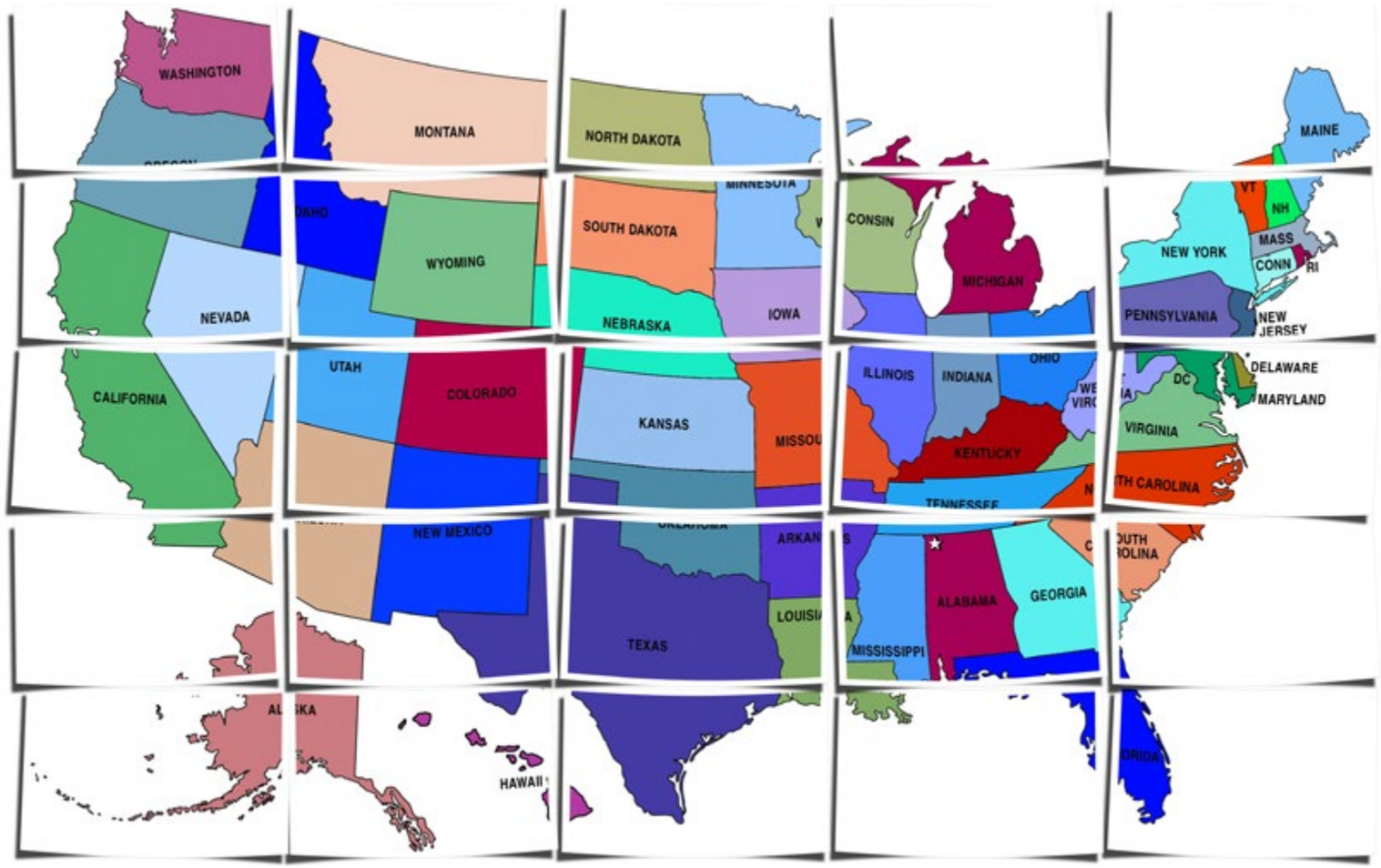
Socio director general de Advice Strategic Consultants. Ha sido director general de Ipsos Public Affairs, socio director general de Brodeur Worldwide y de Porter Novelli International; director de ventas y marketing de Intel y director de relaciones con inversores de Shandwick Consultants. Autor de más de 5.000 artículos de economía y relaciones internacionales, ha publicado más de media docena de libros, como Obama y el liderazgo pragmático, La Reinvención de Obama, La victoria de América, Éxito con o sin crisis y Recuperación Económica y Grandes Empresas, entre otros. Es Premio Economía 1991 por las Cámaras de Comercio de España.

Al igual que Cook, habían sido convocados 150 primeros espadas de las principales empresas tecnológicas (TIC) de Estados Unidos, algunas de las cuales son dirigidas por ejecutivos abiertamente republicanos. Hewlett Packard Enterprise (HPE) es solo un ejemplo, aunque significativo: por un lado, es un icono de Silicon Valley; por otro, su presidenta, Meg Whitman es republicana y, en 2010, se presentó a gobernadora del estado de California. Curiosamente, su correligionaria Carly Fiorina, también ex presidenta y CEO de HP, ese mismo año, hizo campaña electoral para convertirse en senadora por el estado de California. Ambas perdieron, cosa lógica en un estado liberal, progresista y profundamente demócrata. Como Cook, Whitman y Fiorina, se esperaba también la asistencia de Satya

Nadella, presidente de Microsoft, de Mark Zuckerberg, presidente de Facebook, Jeff Bezos, presidente de Amazon, Peter Thiel, presidente de Paypal… y, así, hasta un total de 150 eminencias del mundo tecnológico norteamericano.

Sorpresa. Ninguno acudió. Con la excepción de Peter Thiel (Paypal), que poco tiempo después se sumó a los demás, cambiando de bando. ¿Qué había pasado? En una palabra: el Huracán Trump. Para cuando se celebró la Convención republicana que eligió a Donald Trump como candidato a presidente conservador, Trump ya había tenido mucho tiempo de retratarse y de darse a conocer, "haciendo amigos por el camino": insultó a mujeres, afroamericanos, hispanos, inmigrantes, musulmanes, periodistas, políticos de los dos partidos principales, incluido el suyo…; y aún no se habían hecho públicos los escándalos sexuales que protagonizan la campaña electoral en otoño de 2016.

La innovación tecnológica hace que Estados Unidos crezca el triple que la Unión Europea en PIB y su productividad y competitividad sea el doble que la europea, gracias a las TIC



Pero, visto lo visto, los ejecutivos de las primeras empresas TIC ya tenían suficiente información para hacerse una idea de quien era y lo que representaba Donald Trump. Ciertamente, los valores opuestos a los de Silicon Valley de innovación y creatividad, aunque a Trump nunca le falta ingenio para insultar al contrario. Cook y Apple declinaron la invitación y retiraron su apoyo a Donald Trump. Meg Whitman (HPE) fue más allá y, declarándose contraria a Trump, decidió apoyar públicamente a Hillary Clinton, darle financiación e, incluso, acompañarla en algunos mítines electorales. A Cook y Whitman siguieron todos los demás.

La reacción de Trump fue previsible: atacar a quien no le apoya o le ríe las gracias. En la convención no estaban los expresidentes Bush, padre e hijo, ni los candidatos republicanos presidenciales McCain (2008) y Romney (2012), todos insultados por Trump. 50 republicanos expertos en Seguridad Nacional hicieron pública una carta en que dejaban claro que Trump no tenía el carácter para ser presi-

Desde un punto de vista sectorial, las TIC suponen el 70% del PIB estadounidense, al igual que lo es el consumo privado, desde el punto de vista macroeconómico y componente del Producto Interior Bruto americano

dente y manejar los códigos nucleares. Le tacharon de ignorante y, lo que es peor, no querer aprender sobre relaciones internacionales. Les siguieron 150 líderes republicanos que dijeron no apoyar a Trump por ser un oportunista sin verdaderos valores conservadores.

En el caso del sector TIC "la cuestión Trump" es más profunda. Trump lo ignora todo de las Tecnologías de la Información, siendo el segundo sector más rentable de Estados Unidos, tras el financiero de Wall Street. La gloria de América no son solo sus ejércitos, sino la innovación tecnológica (HP, Intel, IBM, Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft, Oracle, SAGE, Salesforce… es decir, el 60% de las marcas más valiosas del mundo y con mayor valor bursátil), que hace que Estados Unidos crezca el triple que la Unión Europea en PIB y su productividad y competitividad sea el doble que la europea, gracias a las TIC. Desde un punto de vista sectorial, las TIC suponen el 70% del PIB estadounidense, al igual que lo es el consumo privado, desde el punto de vista macroeconómico y componente del Producto Interior Bruto americano.

Trump conoce el mundo del ladrillo, del mercado inmobiliario, los campos de golf y los casinos. Pero la economía norteamericana está muy diversificada, sectorial y geográficamente: se organiza en "clusters", como el Silicon Valley con las tecnológicas, Los Ángeles con el cine y la música, Nueva York y las finanzas y Texas con la energía, petróleo y gas. Las TIC, ya lo hemos visto, juegan un papel esencial en la vida económica norteamericana que ningún político norteamericano puede ni debe olvidar.

Hillary Clinton -como su marido en los años 90': crecimiento del 4% en PIB, 24 millones de empleo de calidad gracias a las Tecnologías de la Información- cree en las TIC para revitalizar América. Y cuenta con ellas en todo y para todo. Trump, por contraste, ignora lo que no entiende y deja de lado las TIC. Conceptos como Digitalización, Cloud, Robótica, Big Data… no le resultan familiares a Trump. Utiliza -muy respetable- una pluma que lleva su apellido, en vez de un ordenador, que ni sabe ni quiere aprender a manejar.

Para bien de Estados Unidos y las empresas TIC, Clinton encabeza las encuestas y las probabilidades de que salga elegida primera mujer presidenta de Estados Unidos son de un 87%.

Enlaces relacionados

- Obama y el liderazgo pragmático
- La Reinvención de Obama
- La victoria de América
- Éxito con o sin crisis
- Recuperación económica y grandes empresas

Cloud Computing: homologación de proveedores cloud y data protection

Lorena P. Campillo
Abogada especialista en Derecho de las Nuevas Tecnologías

El mes pasado hablábamos de gestión de riesgos y cómo el cliente de los servicios cloud puede evitar pagar los platos rotos ante posibles tratamientos ilícitos de datos personales o brechas de seguridad del proveedor cloud. Es de señalar que tal y como establece una importante consultora, el 95% de los clientes cloud de España creen que no son responsables de la brecha de seguridad. Con la llegada del nuevo Reglamento Europeo de Protección de datos y las altísimas sanciones previstas ante incumplimiento posiblemente la situación cambie.

Ahora es el momento de ver qué proceso sería el que nos sería útil para mitigar esos riesgos, y, por ello, hablaremos de la homologación previa de nuestros proveedores antes de "contratar" o "negociar" los servicios cloud. Quien puede negociar hoy en día puede considerarse un total privilegiado, habida cuenta que el solo el 52 % de los clientes cloud han negociado el contrato, según establece un estudio del Cloud Industry Forum. El mayor problema que tiene el cliente de los servicios de cloud computing es que desconoce cómo funciona la cadena de suministro vertical, en concreto, las subcontrataciones.

Homologación viene del verbo homologar, que significa "aprobar o confirmar oficialmente". Es el proceso de certificación o aprobación de un producto para indicar que cumple con las normas y especificaciones reguladoras, como la seguridad y los requisitos técnicos. A continuación describimos las que podrían ser unas posibles fases para esa homologación donde los parámetros podrían ser varios en función del tipo de "homologación" utilizada y los criterios deseados del cliente.

Lorena P. Campillo es licenciada en Derecho por la Universidad Carlos III y abogada ejerciente especialista en Derecho de las Nuevas Tecnologías. Máster en Abogacía Digital y de las NNTT por la Universidad de Salamanca. Miembro de Enatic (Asociación abogados expertos en NNTT). Miembro de Club de emprendedores UC3M y jurado de los premios sello de excelencia. Socióloga especialista en cambios sociales de la era Digital. Colaboradora en despachos internacionales.

El 95% de los clientes cloud de España creen que no son responsables de la brecha de seguridad

Describamos las fases que todo proceso de homologación DEBERÍA incluir:

Clicar para ver la infografía ampliada

Preselección y selección de proveedores

La empresa cliente de los servicios cloud diseñará, definirá y desarrollará los objetivos y criterios como pueden ser la tenencia de certificaciones por parte del proveedor.

En esta etapa se enviará a los proveedores preseleccionados cierta información que deben cumplimentar o aportar. Debería ser práctica habitual enviar cuestionarios estándar preparados por el cliente cloud a todos los proveedores para que entren en el proceso de aprobación. Dada la particularidad de los servicios Cloud, habrá que añadir los siguientes requisitos importantes como elementos a evaluar:

Clicar para ver la infografía ampliada

EQUIPO MULTIDISCIPLINAR EVALUADOR

- El CIO y técnicos inf.
- Responsable de Seg Información (CISO)
- Delegado de Protección de datos (DPO)
- Compliance Officer (CCO)
- Departamento jurídico
- Departamento de Gestión de Riesgos.
- Responsable de compras

Evaluación y presupuesto

Tiene el objetivo de determinar si las actividades y resultados cumplen con los parámetros establecidos. Toda la información recibida será analizada por los diferentes miembros. Se pedirán varios presupuestos, se evaluarán y se seleccionará el candidato teniendo también su informe financiero. ¿Qué criterios de homologación se emplearán a la hora de la evaluación?

- Tenencia de certificaciones.
- Adhesión al Códigos de Conducta en protección de datos.
- Flexibilidad contractual y capacidad de negociación.
- Cumplimiento LOPD.

La fase de compliance

Esta fase implica los correspondientes checklist, el cuestionario de compliance, la comprobación de tenencia de las certificaciones correspondientes...

La contratación

En esta fase se revisará el contrato, después se firmará el mismo, el código de conducta, y las condiciones generales de contratación, el SLA, el PLA y demás aspectos determinantes.

Hay que tener en cuenta que el departamento jurídico no debe esperar hasta el último momento para repasar los términos contractuales.

La mejora continua

El proceso de homologación no finaliza aquí, ya que la homologación es temporal y requiere de evaluación continua debido al continuo cambio de regulación. Su objetivo es buscar la garantía del cumplimiento de las clausulas y acuerdos contractuales, basándose fundamentalmente en la detección y en las medidas correctoras o la gestión del incumplimiento. Pensemos por ejemplo en auditorías periódicas, tanto internas como independientes.

El próximo mes hablaremos, con más profundidad, sobre los códigos de conducta y del nuevo reglamento europeo de protección de datos y la importancia que va a tener en el futuro para los proveedores cloud y clientes.

Enlaces relacionados

- **Los empresarios ignoran la responsabilidad sobre sus datos en la nube**
- **Gartner: 10 tendencias estratégicas**
- **¿Quién es responsible de los datos personales en cloud**
- **¿Cómo pueden transferirse datos personales fuera de la EEA?**

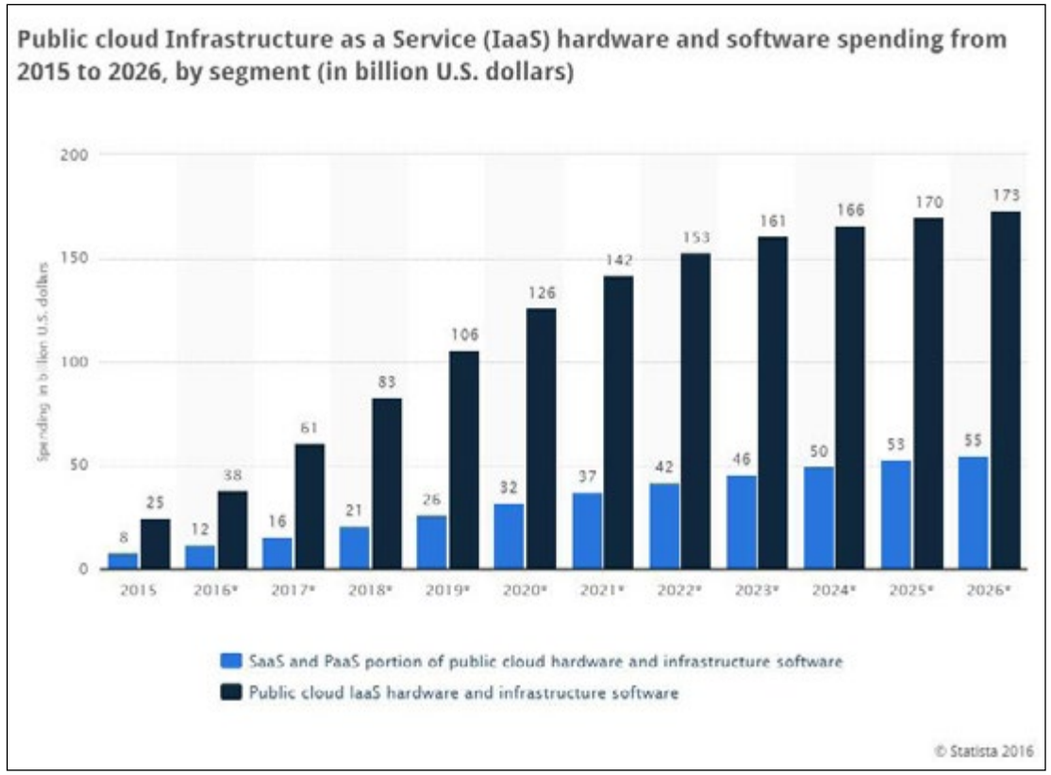
La integración de sistemas se transforma en integración de servicios cloud

Kevin L. Jackson

Experto en Cloud y fundador de Cloud Musings

El Cloud Service Brokerage (intermediación en servicios cloud, o CSB por sus siglas en inglés) está dejando de ser una anécdota de la industria para pasar a ser una pieza importante en la integración de sistemas, en la que juega un papel que es ahora esencial en la transición al cloud. Esto ayuda a las empresas a agregar distintos servicios en la nube, a integrar servicios con aplicaciones desarrolladas internamente, y a personalizar dichos servicios para dar mejor respuesta a las necesidades de sus clientes. Los CSB incluyen consultoría y recomendaciones para ayudar, además, a identificar los servicios cloud más apropiados para los requisitos y objetivos de negocio correspondientes.

Kevin L. Jackson es experto en cloud, Líder de Opinión "PowerMore" en Dell, y fundador y columnista de Cloud Musings. Ha sido reconocido por Onalytica (una de las 100 personas y marcas más influyentes en ciberseguridad), por el Huffington Post (uno de los 100 mayores expertos en Cloud Computing en Twitter), por CRN (uno de los mejores autores de blogs para integradores de sistemas), y por BMC Software (autor de uno de los cinco blogs sobre cloud de obligada lectura). Forma parte del equipo responsable de nuevas aplicaciones de misión para el entorno de cloud de la Comunidad de Servicios de Inteligencia de los EEUU (IC ITE), y del Instituto Nacional de Ciberseguridad.

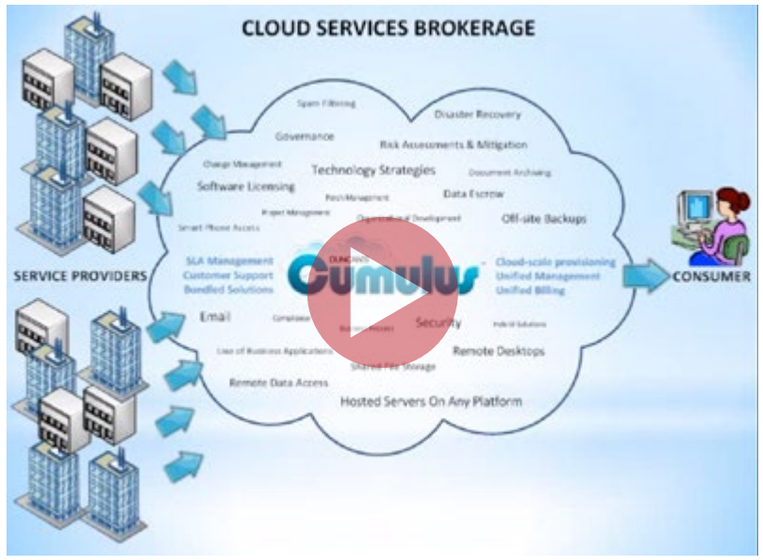


Los cloud brokers pueden también negociar con diferentes proveedores por mandato de sus clientes. La

Cloud Service Brokerage está empezando a ser una pieza importante en la integración de sistemas, en la que juega un papel que es ahora esencial en la transición al cloud

transformación de la que hablamos viene impulsada por la rápida expansión del cloud computing, que ha crecido hasta tal punto desde los 6.000 millones de dólares en 2008 que se espera que el mercado se quede cerca de los 160.000 millones en 2020. El mercado global de Cloud Service Brokerage, por su parte, podría crecer desde los 5.240 millones de 2015 hasta los 19.160 millones en 2020.

Los CSB aúnan las funciones del distribuidor, el integrador de sistemas y el ISV en un modelo de servicio muy práctico, en el que las soluciones agregan distintos servicios cloud de más de un proveedor, y pueden además personalizarse para adaptarse a



Cloud Service Brokerage

Clicar para ver el vídeo

exigencias muy singulares. Aunque los CSB suelen proporcionar servicios cloud transaccionales, es su excepcional soporte operativo continuo el que añade verdadero valor. A diferencia de los brokers financieros e inmobiliarios, que normalmente ponen fin a su relación con el cliente tras la venta, los CSB:

- Facilitan el arbitraje de servicios cloud según costes, rendimiento o necesidades operativas.
- Ayudan a las empresas en la migración de sus operaciones a la nube, y asisten con ampliaciones y formación de personal.
- Proporcionan servicios de auditoría y monitorización de SLA para servicios cloud.

El mercado global de Cloud Service Brokerage podría crecer desde los 5.240 millones de 2015 hasta los 19.160 millones en 2020

Gartner: Cómo pueden diferenciarse los brokers cloud

Clicar para ver el vídeo

La medición y monitorización activa por parte de un broker puede ayudar a la empresa a detectar y evitar estos costes ocultos

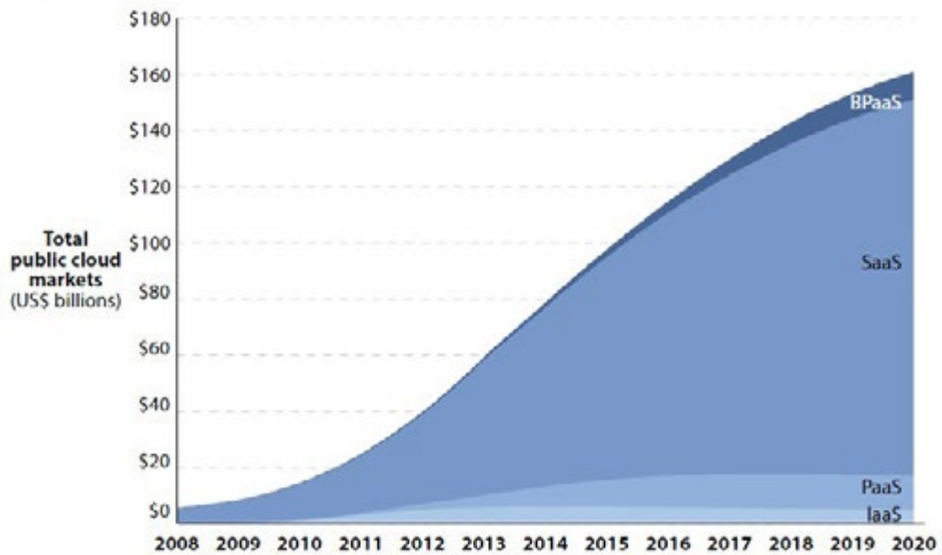
- Ayudan a centrarse en la demanda de servicios cloud, y a gestionarla adecuadamente.
- Proporcionan un juego de herramientas para la migración e integración de aplicaciones corporativas.
- Ayudan en la gestión del cambio y en la selección e integración de otros servicios gestionados.

La automatización y puesta en práctica de este sistema de gestión de servicios cloud permite a los CSB obtener servicios de una diversidad de proveedores, y mejorarlos con herramientas de medición y monitorización de terceros, además de ofrecer una transición más rápida hacia modelos TI híbridos. Este mercado suele estar segmentado por el tipo de servicio: cloud brokerage -la propia intermediación- y cloud brokerage enablement -el entorno necesario para la intermediación-, que queda segmentado a su vez según los brokers sean internos o externos.

Cuando se utilizan internamente, las plataformas cloud ayudan a la empresa en la adopción del

Figure 3 Forecast: Global Public Cloud Market Size, 2011 To 2020

The spreadsheet detailing this forecast is available online.



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
BPaaS ($)	0.15	0.23	0.35	0.53	0.80	1.26	1.95	2.93	4.28	6.00	7.66	9.08	10.02
SaaS ($)	5.56	8.09	13.40	21.21	33.09	47.22	63.19	78.43	92.75	105.49	116.39	125.52	132.57
PaaS ($)	0.05	0.12	0.31	0.82	2.08	4.38	7.39	9.80	11.26	11.94	12.15	12.10	11.91
IaaS ($)	0.06	0.24	1.02	2.94	4.99	5.75	5.89	5.82	5.65	5.45	5.23	5.01	4.78

58161 Source: Forrester Research, Inc.

nuevo modelo operativo híbrido de sistemas, con múltiples proveedores. La organización puede así acumular experiencia orgánica, lo que le permitirá personalizar el consumo y unificar la provisión de servicios informáticos mediante el uso de un espacio corporativo de autoservicio, un mercado de servicios dinámico, y una provisión ininterrumpida. Este tipo de cadena de suministro crea un entorno homogéneo para una adecuada ordenación, ejecución y gestión de soluciones multi-proveedor tanto para sistemas legacy como para recursos cloud, delegando y monitorizando su uso de manera centralizada.

Otra funcionalidad importante es la de auditoría de rendimiento. El ratio precio/rendimiento de un Cloud Service Provider (CSP) puede variar hasta un 1.000% dependiendo del momento y de la ubicación, y un mismo proveedor puede experimentar grandes variaciones en la ejecución de dos tareas idénticas, lo que a su vez implica que el coste para la empresa de dos procesos exactamente iguales podría variar en una proporción semejante.

Los cambios de tipos de instancias, los precios, el rendimiento en el tiempo, y la disponibilidad de servicios según la ubicación resaltan las deficiencias de las filosofías y procesos de benchmarking tradicionales. El uso de "cuotas de rendimiento" por parte de los proveedores de servicios puede acarrear también un aumento en los costes operativos, algo que suele ocurrir cuando un cliente llega a la cuota de gestión determinada por el CSP y se reduce el rendimiento de la instancia correspondiente. La medición y monitorización activa por parte de un broker puede aquí ayudar a la empresa a detectar y evitar estos costes ocultos.

A medida que el mercado de cloud service brokers vaya madurando, estos intermediarios irán sustituyendo a los integradores de sistemas tradicionales. La propia maduración de las tecnologías y de las ofertas de los CSB harán que este tipo de servicios se convierta en algo imprescindible en un futuro cercano.

El presente contenido se está sindicando a través de distintos canales. Las opiniones aquí manifestadas son las del autor, y no representan las opiniones de GovCloud Network, ni las de los partners de GovCloud Network, ni las de ninguna otra empresa ni organización.

Enlaces relacionados

- Entendiendo el modelo de intermediación de servicios cloud
- Cloud Services Brokerage, según Gartner
- Estadísticas mundiales del uso de cloud pública
- Cloud Brokerage
- Cloud Brokerage Market Forecast to 2021
- Burstorm Cloud Computing Benchmark V2

Fernando Maldonado
Analista asociado a Delfos Research

El futuro pasa por Blockchain

Aunque todavía en los mentideros del mundo tecnológico, el debate sobre Blockchain se está desplazando paulatinamente a sus casos de uso. Actualmente existen fuertes expectativas sobre lo que podrá hacer y su propuesta de valor como mecanismo para establecer confianza, ya sea sustituyendo los mecanismos actuales o creándola donde no existe, comienza a clarificarse.

La importancia de la confianza para el funcionamiento de la economía es incuestionable. Todo sistema económico se sustenta sobre ella, sea ésta informal o institucional. Pudiendo argumentarse que gran parte del desarrollo económico se debe a nuestra capacidad para generarla más allá de nuestro entorno cercano.

Por eso Blockchain nos interesa a todos, porque es, ante todo, un nuevo mecanismo para crear confianza. Y lo hace eliminando la necesidad de que intervenga un intermediario. Así, la propiedad de esas tierras, los derechos de autor de esa canción o la titularidad de esa acción no requiere de un tercero que verifique la identidad de las partes y confirme su capacidad para llevar a cabo el intercambio. Aquí todo descansa en una comunidad de agentes,

Cómo blockchain va a cambiar el dinero y los negocios

Clicar para ver el vídeo

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.

La importancia de la confianza para el funcionamiento de la economía es incuestionable. Todo sistema económico se sustenta sobre ella, sea ésta informal o institucional

a priori anónimos, que actúan por consenso para alimentar un registro único con el estado en el que se encuentra cada activo.

Su origen hay que buscarlo en un breve documento que apareció a finales de los 90 con el título "The God protocol". En éste se describía un protocolo diseñado para que la confianza necesaria en los intercambios entre agentes económicos no tuviera que descansar sobre intermediarios.

Una década más tarde, durante el colapso financiero de 2008, irrumpe en el mercado una moneda digital inspirada en este protocolo: los bitcoins. Una moneda que permite el intercambio directo - peer to peer - entre personas o empresas. El sueño de crear una red de valor comienza a tomar forma. Y la tecnología que lo hace posible es blockchain.

Simplificando, ésta puede verse como una base de datos distribuida que permite registrar cada transacción de forma indeleble, pública y vinculada a su estado precedente, de tal forma que es posible tener una trazabilidad con total trasparencia, de forma segura y eficiente.

Aunque estrechamente vinculada a las monedas virtuales - su "killer application" -, esta tecnología puede utilizarse para hacer seguimiento de cualquier activo: contratos, certificados, patentes, titulaciones, votaciones, licencias... Se trata, en definitiva, de la construcción de una "Internet" de valor en la que los derechos sobre distintos activos pueden ser intercambiados, sean estos financieros, físicos o intelectuales.

La analogía con Internet es clara en el sentido de que es una red descentralizada, pero la analogía termina ahí. Mientras que en Internet intercambiamos copias de contenidos, en blockchain cuando alguien "envía" algo - por ejemplo, un contrato- no es la copia lo relevante sino más bien su registro en dicha base de datos distribuida.

Blockchain, más allá del bitcoin

Clicar para ver el vídeo

Los primeros en darse cuenta de su potencial han sido las instituciones financieras, quizá porque las monedas virtuales las obligaron a estudiar a fondo el fenómeno para concluir que, si bien dichas monedas eran una amenaza, aprovechar la tecnología subyacente representaba una oportunidad para incrementar su eficiencia. Hoy ya existen pilotos dirigidos a utilizarla en pagos transfronterizos. Pero esto es solo la punta de un iceberg.

Que nadie se equivoque, blockchain va más allá del sector financiero. De

Blockchain, el sistema económico colaborativo que revolucionará la banca

Clicar para ver el vídeo

hecho, ya hay voces que apuntan que no será esté sector el primero en adoptarla. En cualquier caso, no hablamos de una adopción inminente, sino que habrá que esperar unos años.

Sin embargo, es hoy cuando su futuro se está decidiendo. Los principales bancos del mundo - incluso los bancos centrales-, los grandes de la industria TIC y un innumerable número de startups han comenzado a posicionarse. Estas últimas nos dan una pista de por dónde podría comenzar a adoptarse. Por ejemplo, algunas apuestan por que blockchain hará posible que, cuando todos esos objetos de IoT estén conectados, puedan realizarse intercambios económicos de forma autónoma.

Pero lo cierto es que hoy muy pocas personas en el mundo, sí alguna, son capaces de leer con claridad el futuro de blockchain. Quedan muchas incógnitas por despejar. Por ejemplo, ¿será escalable esta tecnología ante una eventual adopción masiva? O ¿dominarán las grandes corporaciones, mediante sistemas privados, su evolución?

Sea como fuera, lo que sí que sabemos es que si eficientamos los mecanismos de generación de confianza o creamos confianza donde no existe, estaremos tocando el corazón de nuestro sistema económico.

La confianza permite que las personas hagan negocios y estos al hacerlo generan riqueza. Por eso blockchain encierra la promesa de una nueva era de prosperidad.

Por eso Blockchain nos interesa a todos, porque es, ante todo, un nuevo mecanismo para crear confianza. Y lo hace eliminando la necesidad de que intervenga un intermediario

Enlaces relacionados

- **Banco Santander y los pagos transfronterizos utilizando Blockchain**
- **25 Startups no financieras en el ámbito de blockchain**
- **8 gráficos que definen el futuro de blockchain**

IoT y el coche conectado

¿Qué me dirías si te pusiera este ejemplo? ¿Realidad? ¿Futuro cercano? ¿Futuro lejano? ¿Suena a ciencia ficción?

Darío Ferraté
Consultor TIC

Darío Ferraté es Ingeniero Superior de Telecomunicaciones por la Universidad Pública de Navarra desde 1997. Con una experiencia de más de 18 años en Consultoría Estratégica de Negocio (12 años) y Desarrollo de Negocio/Sales, ha sido responsable de ofertas estratégicas globales dentro del Grupo Atos, entre otras responsabilidades. En 2015 colaboró con IDC como Analista Senior en los temas de Internet of Things (IoT), Smart Cities y definiendo un nuevo catálogo de servicios (orientado al mundo multimedia). Actualmente, colabora activamente como Consultor TIC en el Ministerio de Defensa; Director de Desarrollo de Negocio en la solución de Eficiencia Energética CEM de Cisco. Su último reto, es el de desarrollo y puesta en marcha el pasado 4 de julio de 2016 de la web www.comparandovinos.com.

Me suelo levantar todos los días a las 7:00 para llegar a mi puesto de trabajo a tiempo por exigencias del guion. Me ducho, me pongo mi traje elegante para la ocasión, desayuno y… al coche, a soportar la hora de atasco que me espera todas las mañanas. ¿Os suena esto? Seguro que a los que vivimos en grandes urbes, sí. Pero, hoy es distinto, las autoridades, mientras dormía, han tomado la decisión de cerrar el carril bus-VAO (carril específico para autobuses y vehículos con alta ocupación, es decir, al menos dos personas), por la niebla densa que existe en la zona, con el fin de evitar accidentes y problemas mayores.

Suena mi despertador con una melodía que me agrada y a los 30 segundos una voz dulce me dice

IoT abre un abanico inmenso de posibilidades que seguramente la industria del automóvil no dejará escapar

"Buenos días, Darío, siento despertarte antes de tiempo, pero el parte meteorológico de hoy indica que hay nieblas densas en la zona y, por lo tanto, las autoridades, han cerrado el carril bus-VAO".

Me levanto conocedor de que sacrificar 10 min de sueño es por una buena causa. El motivo lo justifica. Una vez terminadas todas las actividades matutinas rutinarias me subo a mi coche y éste me pregunta: "¿al trabajo, Darío? Y al responder que "sí", me indica que va a recalcular la ruta, debido a las condiciones climáticas y a retenciones que se están produciendo, para llegar a tiempo a mi puesto de trabajo (por cierto, eso de cumplir horarios está empezando a ser un retraso en muchos aspectos, para según qué profesiones, pero es un tema para tratar en otro momento).

Llego a mi trabajo a la hora de siempre, habiendo evitado los atascos, disminuyendo las probabilidades de un accidente y, sobre todo, no estando malhumorado por el tiempo perdido. Mi teléfono, recibe información de los canales de tráfico y "conocedor" de las reuniones que tengo en la oficina, comparte información con mi despertador y mi coche, para que estos, tomen decisiones que sean beneficiosas para mí.

¿Realidad o futuro? ¡Realmente no estamos lejos, la tecnología y los medios a nuestro alcance están preparados!

Como hemos mencionado en anteriores ocasiones, IoT (Internet de las Cosas) nos ayuda y ayudará cada vez más a mejorar la calidad de vida, proporcionando soluciones que, directa o indirectamente, afectan a otros factores importantes, como son la disminución de la contaminación (ciudades más limpias), a mejorar la circulación de las vías, evitar retenciones o accidentes que redundan en más retenciones… en definitiva, contribuyen al ahorro de tiempo, optimización de recursos utilizados, calidad de vida, confort y un largo etcétera.

Tener al alcance de la mano dispositivos con capacidad de tomar decisiones interactuando con nosotros y conectados a Internet, que nos ayudarán a tener una vida más fácil y placentera, es la forma clara de ver qué es lo que está llegando gracias a IoT.

Como veis, este mes tocamos un tema que cada vez tiene más peso y difusión relacionado directamente con todos los servicios y soluciones en el mundo IoT. **¡La automoción!** ¿Teníais alguna duda

Conduciendo un coche conectado

Clicar para ver el vídeo

C2C o car to car, es una tecnología que permitirá que los coches se comuniquen entre ellos, compartiendo información con el objetivo de evitar accidentes o atascos

que este "vertical" iba a quedarse sin aplicar las bondades que proporciona IoT? ¡¡¡Por supuesto que no!!!

La carrera que estamos viendo en las distintas marcas de la industria automovilística para incorporar más tecnología a los vehículos (no nos ceñimos solo al automóvil, sino que incluimos desde camiones hasta bicicletas eléctricas), es increíble.

IBM Watson IoT Automotive y el coche conectado

Clicar para ver el vídeo

Hace unos 10 años, los coches venían con un equipamiento que se debía pagar como "extra" y que hoy en día vienen de serie. La incorporación de nuevas soluciones es extremadamente rápida y, hoy por hoy, disponemos de vehículos con navegadores conectados a información del tráfico en tiempo real, detectores de cansancio, luces de carretera automáticas adaptativas, lectores de señales de tráfico que ajustan la velocidad automáticamente de nuestro vehículo, avisadores de cambio de carril involuntarios, controles de proximidad, sistemas de aparcamiento casi totalmente automáticos, sistemas de localización GPS y llamada automática de auxilio en caso de accidente, wifi y un largo etcétera. Todo esto ya nos llama la atención, pero… ¡¡¡lo que nos espera en los próximos años es más sorprendente aún!!! **¿Será el coche quién nos monitorice en tiempo real y alertará de las anomalías que detecte no solo en el propio vehículo sino en nosotros mismos?** Seguro que sí.

Hace poco hemos conocido la noticia de la primera persona que ha hecho una vuelta al mundo en "moto conectada". El artículo del periódico "El mundo" (por citar alguno) decía *"primera vuelta al mundo en moto en la que el piloto y la motocicleta permanecerán los 37.000 kilómetros del recorrido totalmente conectados"* y agregaba *"Una pionera combinación de tecnologías de Internet de las Cosas, la nube y el 'máquina a máquina' (M2M), que permitirá estudiar el comportamiento de la máquina y el piloto y hacer su seguimiento en remoto".* La información que se registraba, no solo era técnica (consumo, ubicación, funcionamiento de la moto…) sino que registraba y alertaba desde situaciones como una caída del motorista (Hugo Scagnetti), hasta sus constantes vitales y estado anímico, en cada momento.

Volviendo al tema de vehículos de cuatro ruedas, recientemente, he leído un informe de KPMG que indicaba los avances y la evolución que se está llevando a cabo en este sector. Se indicaba que BMW y Toyota son las marcas más proactivas y que más impulso están dando a esta nueva "vuelta de tuerca" para tener coches más seguros, más inteligentes, más sostenibles, menos contaminantes… y, por supuesto, más autónomos. En el salón de Paris que se celebró a principios de octubre se han podido ver muchos avances en este sentido, donde las marcas mostraron sus prototipos con fechas de lanzamiento a 3 o 4 años vista. Ford también quiere poner coches autónomos en las calles para 2021.

C2I, car to infrastructure, servirá para comunicar al coche con elementos que, dispuestos en la red de carreteras, ofrecen al conductor información y datos relevantes o de interés, en tiempo real, de su entorno

El coche conectado del futuro

Clicar para ver el vídeo

En muchos foros y eventos se muestran prototipos de coches autónomos ("que miedo me da", me dijo una amiga esta mañana, "pero es el siguiente paso, lo que viene irremediablemente" le dije), pero ¿Cuándo llegaremos al "coche autónomo"? Seguramente antes de lo pensamos…

Por otra parte, como siempre suele suceder, empiezan a aparecer siglas que, con el paso de los meses se nos hacen más habituales. ¿habéis escuchado hablar del C2C y el C2I? Si es así, ¡enhorabuena!, pero para los que no lo hayáis hecho, os daré una breve descripción:

C2C o car to car, es una tecnología que permitirá que los coches se comuniquen entre ellos, compartiendo información, con el objetivo de evitar accidentes, colisiones... Un ejemplo de ello sería un coche que se queda averiado en una carretera. Éste se comunicará con los coches que están a su alrededor y principalmente los que están en su trayectoria para indicarnos que sufre una anomalía y que está en el arcén en situación de riesgo, para que disminuyamos la velocidad o lo haga el coche automáticamente.

La otra sigla en cuestión, C2I, car to infrastructure (o coche a infraestructuras), servirá para comunicar al coche con elementos que, dispuestos en la red de carreteras, ofrecen al conductor información y datos relevantes o de interés, en tiempo real, de su entorno. Aquí podemos hablar, por ejemplo, del caso de Audi que quiere poner en contacto a sus vehículos con los semáforos para saber cuándo estos se ponen en verde, o como puede ser el caso del cierre del carril bus-VAO por niebla densa (como os comenté anteriormente). Debo dejar de lado los llamados "asfaltos inteligentes" con señalizaciones e indicaciones luminosas en tiempo real sobre el propio asfalto, porque para ello aún falta.

Como vemos, la evolución tecnológica está siendo muy acentuada. IoT abre un abanico inmenso de posibilidades que seguramente la industria del automóvil no dejará escapar. ¿Qué veremos dentro de unos años? Poder imaginar que será de nuestros medios de transporte a 10 años vista, es complejo… no tenemos la certeza, pero seguramente estaremos hablando de los vehículos autónomos, carreteras más inteligentes, nuevas formas de transportes... Tal vez nos sentemos en nuestros vehículos, le indiquemos hacia dónde vamos y "ellos buscarán" el camino óptimo, dialogarán con nosotros informándonos de todos los temas que se nos ocurra y hasta podremos trabajar o entretenernos mientras nos lleva a destino. El término infotainment (información+entretenimiento) se está haciendo cada vez más popular. El futuro está a la vuelta de la esquina…

Enlaces relacionados

- **Vuelta al mundo en moto conectada**
- **Global Automotive Executive Survey 2016 KPMG**
- **Coche conectado**

it Digital MEDIA GROUP

it User
TECH & BUSINESS

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

www