



El nuevo rol del canal en el ámbito de la seguridad



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



Smartphones 5G, listos para su aceleración en España



Entrevista a Paulí Amat, country manager de Tech Data

**Director**

Pablo García Reales

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

Eva Herrero

Producción audiovisual

Favorit Comunicación, Alberto Varet

Fotografía

Ania Lewandowska

Director General

Juan Ramón Melara

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

Miguel Ángel Gómez

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

Arancha Asenjo

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

Bárbara Madariaga

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

Ángel Porras

angel.porras@itdmgroup.es

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

Las dos caras de la moneda

Asumida la tremenda tragedia sanitaria que la pandemia del coronavirus está provocando en nuestra sociedad y la escalofriante cifra de fallecidos que lleva asociada, ahora llega el turno del “sálvese quien pueda”, de pedir sin fin a papá Estado y de poner la crisis económica por encima de las recomendaciones médicas. En muchas situaciones esta realidad es comprensible, pero en otras tantas la falta de responsabilidad impacta.

Como estamos observando continuamente, esta crisis sin paliativos está perjudicando a la gran mayoría de la población, del tejido empresarial. Pero siempre los hay que salen beneficiados de una situación, ya sea por su plausible capacidad de reacción o por la afortunada idiosincrasia de su negocio. Si ponemos el foco en nuestro canal tecnológico, observamos cómo el retailer, la tienda principalmente de consumo, está sufriendo especialmente al tener que haber echado el cierre a su negocio presencial. También están padeciendo los canales

cuya actividad se centra en la instalación in-situ (ya sea entre los sectores relacionados con el data center como con el audio-video profesional), puesto que sus clientes se encuentran cerrados.

Pero la otra cara de la moneda nos muestra a aquellos proveedores que están cosechando cifras históricas de ventas vinculadas con soluciones para el puesto de trabajo, ya sea a través de portátiles, aparatos de networking asociados como routers o extensores de Wi-Fi, y todo tipo de dispositivos como auriculares, monitores, webcams, impresoras de inyección para uso doméstico, etc. Y qué decir de aquellos que comercializan licencias de software relacionadas con colaboración y video-llamadas, así como infraestructura en la nube vinculada a seguridad o almacenamiento.

Como muchas veces en la vida la clave radica en estar en el lugar adecuado, en el momento adecuado. ■

Pablo García Reales



EN PORTADA



NO SOLO



ACTUALIDAD

HPE toma medidas para aliviar la presión financiera sobre sus partners

SonicWall renueva su programa de servicios de seguridad gestionada

Snom ofrece mayor valor añadido a su canal con el servicio SRAPS

Ingram Micro, plenamente operativo

Arrow firma un acuerdo con Puppet en EMEA

Teduin confía a DMI la distribución de su marca TD SYSTEMS

MCR implementa un plan de trabajo global para mantener el servicio a sus clientes

Charmex crea una web con recursos gratuitos para la comunidad educativa

Exclusive Networks ayuda a los partners a continuar con su negocio

IREO proporciona nuevas facilidades de pago a sus partners

RSC

Disminuir la brecha digital en la infancia



REPORTAJE



Smartphones 5G, listos para su aceleración en España

TENDENCIAS



Las diez habilidades técnicas de los profesionales de TI mejor pagadas



El mercado de infraestructura de TI empresarial se contraerá este año



¿Qué puede hacer el equipo de TI para retomar la actividad post-coronavirus?

ANUNCIANTES

MADRID TECH SHOW

ESPRINET

DMI

VINZEO

TECNOLOGÍA Y EMPRESA

IMPRESIÓN

IT WHITEPAPERS

PRÓXIMOS WEBINARS

ENCUESTA TELETRABAJO

INFORME IT TRENDS

IT DIGITAL SECURITY

IT USER

ESPECIALES IT RESELLER



ENTREVISTA



Paulí Amat, country manager de Tech Data España

UN ÚNICO ESPACIO REUNIRÁ A TODAS LAS TECNOLOGÍAS Y ESTRATEGIAS DEL SECTOR

Cloud & Cyber Security Expo Madrid es una feria profesional en la que se darán cita ejecutivos responsables de la seguridad digital de compañías e instituciones así como los principales proveedores del mercado y expertos en ciberseguridad.



Proyección internacional

VIP

Programa VIP



Contenidos de valor

Únete al mayor encuentro de profesionales de la ciberseguridad
¡RESERVA YA TU ESPACIO!



Oscar Renedo
Commercial Director
o.renedo@closerstillmedia.com
Phone: +34 936 268 737

Simon Blazeby
Director – Tech Portfolio Spain
s.blazeby@closerstillmedia.com
Phone: +44 207 348 5250

+200
PONENTES

+150
EXPOSITORES

MADRID
TECH SHOW

+5.000
PROFESIONALES



CLOUD & CYBER SECURITY EXPO

28 - 29 Octubre 2020, IFEMA, Madrid
www.cloudandcybersecurityexpo.es

PART OF

MADRID
TECH SHOW

INCORPORATING



CLOUD EXPO
EUROPE



DEVOPS
LIVE



CLOUD & CYBER
SECURITY EXPO



BIG DATA
& AI WORLD



DATA CENTRE
WORLD



TECHNOLOGY
FOR MARKETING



E-SHOW
MADRID

ORGANISED BY



EVERY EMERGING TECHNOLOGY. ONE DIGITAL TRANSFORMATION JOURNEY.

HPE toma medidas para aliviar la presión financiera sobre sus partners

Empresas de todo el mundo se han visto afectadas por la pandemia de COVID-19. Para aliviar la presión financiera sobre los partners y ayudar en la planificación de la continuidad de sus negocios, HPE ha anunciado la puesta en marcha de iniciativas de ayuda que se unen a una serie de nuevos programas de alivio financiero ofrecidos por HPE Financial Services como parte de una asignación de 2.000 millones de dólares para ayudar a sus clientes y partners.

“Nuestros partners son el núcleo de HPE, por lo que cuando se enfrentan a posibles retos, es nuestro deber dar un paso adelante y ser un pilar de apoyo para ellos”, señala Paul Hunter, HPE Worldwide Head of Partner Sales. “Tanto si se trata de ayudarles, como habitualmente hacemos, o impulsar los negocios, aliviar su presión financiera, o simplemente darles tranquilidad durante este tiempo, nuestro objetivo es contar con un próspero ecosistema ca-



Además de la suspensión del umbral de ingresos del programa HPE Partner Ready, HPE ampliará los términos de pago de 60 a 90 días en Europa para los mayoristas. Los partners se beneficiarán asimismo de nuevas propuestas de TI híbrida para clientes, y acceso a formación virtual, demostraciones y sesiones informativas.

paz de satisfacer las necesidades de los clientes”.

DIVERSAS PROPUESTAS

Por un lado, para apoyar la planificación financiera y proporcionar estabilidad a los partners, se ha suspendido el umbral de ingresos del programa HPE Partner Ready. HPE ha cancelado así los objetivos de ingresos requeridos para que mantengan su estatus en el programa HPE Hybrid IT Partner Ready para la elegibilidad de 2021, así como en el programa Aruba Partner Ready for Networking. Durante el año 2020, ambos programas se centrarán en formar a los partners y ayudarles a cumplir los objetivos de formación y certificación.

Por otro lado, para proporcionar liquidez a los mayoristas, se han mejorado los términos de pago. HPE ampliará los términos de pago de 60 a 90 días en Europa para los mayoristas participantes en los actuales programas de factoring durante su tercer trimestre financiero (solo para productos HIT), y elimina o reduce significativamente los objetivos de los SDI (Strategic Development Initiative), pagando a los mayoristas como si hubiesen alcanzado el 100% (o casi el 100%) del objetivo, a partir de 1 dólar vendido.

Asimismo, ha lanzado una serie de propuestas de TI híbrida, entre ellas el acceso gratuito de partners y clientes a su software de gestión remota de servidores Integrated Lights-Out (iLo) Advanced durante el resto del año 2020; mayores servicios de continuidad de negocio a los clientes a través de una página Spotlight central alojada en Cloud28+; y opciones rápidas de HPE GreenLake y ofertas específicas para mid-market con objeto de responder rápidamente a los desafíos comerciales de los clientes.

CENTRO DE APRENDIZAJE HPE SALES PRO

Para apoyar el aprendizaje continuo de los partners, HPE presentará en mayo el Centro de Aprendizaje HPE Sales Pro, con formaciones y microaprendizajes para ayudar a desarrollar las habilidades necesarias para vender propuestas y soluciones de consumo. Los partners también se benefician de la nueva metodología virtual de examen práctico desarrollada por HPE, y podrán participar en los eventos HPE Discover 2020 y HPE Partner Growth Summit (PGS) que pasarán de presenciales a HPE Discover 2020 Digital Experience el 22 de junio. ■



MÁS INFORMACIÓN



[HPE lanza una plataforma de soluciones como servicio para desplegar redes 5G](#)



[HPE impulsa la adopción de contenedores empresariales con Container Platform](#)



Liberando el potencial del 5G

Reforzando su apuesta por tecnologías 5G abiertas, así como su compromiso con la aceleración de la industria a través de la innovación de código abierto, Hewlett Packard Enterprise (HPE) ha anunciado la iniciativa Open Distributed Infrastructure Management, un nuevo programa de código abierto que simplificará la gestión de los despliegues a gran escala de infraestructuras físicamente distribuidas por diferentes geografías. Alineada con esta iniciativa, HPE ha presentado Open Distributed Infrastructure Management Resource Aggregator, que modela la infraestructura en cada localización para simplificar

su automatización a través de un catálogo de recursos.

Open Distributed Infrastructure Management ayuda a resolver la complejidad a la que tienen que hacer frente las empresas de telecomunicaciones cuando despliegan sus redes 5G en cientos de lugares con infraestructuras TI de múltiples proveedores y, además, con tecnologías de diferente generación. La iniciativa simplifica la gestión de la red y aporta importantes beneficios operativos y financieros. Admite redes distribuidas geográficamente a gran escala y facilita la interacción entre recursos de infraestructura dispares de múltiples proveedores.

SonicWall renueva su programa de servicios de seguridad gestionada

SonicWall ha presentado una versión mejorada de su programa de Proveedores de Servicios de Seguridad Gestionada (MSSP) SecureFirst para proporcionar los modelos de licencias, recursos y herramientas necesarios para ayudar a los MSSP a escalar de manera rentable y acelerar su negocio de servicios de seguridad gestionados, aprovechando la tecnología de SonicWall.

POR NIVELES

Basado en el programa de partners SecureFirst de SonicWall, el programa mejorado establece tres niveles de partners: MSSP Protect, MSSP Powered y MSSP Powered Plus, los cuales recibirán nuevos beneficios, que incluyen ampliación de los modelos de precios de las licencias

anuales y mensuales; acceso prioritario a ingenieros de Premier Support de nivel 3; mayor acceso a fondos de desarrollo de marketing, incluidas acumulaciones para los socios Powered Plus; apoyo de un nuevo equipo de administración de cuentas estratégicas MSSP y en expansión, a nivel mundial; y adición de acceso móvil seguro (SMA) a la cartera de MSSP.

Según Luca Taglioretti, vicepresidente de Global MSSP & Carrier Sales de SonicWall, "estamos combinando nuestros 28 años de experiencia, datos y tecnología con nuestra cultura de canal para ofrecer la próxima ron-

da de mejoras a nuestro programa MSSP. Queremos dar a los socios participantes, tanto a nivel regional como global, una ventaja competitiva".

Taglioretti añade que "debido a la necesidad sin precedentes de implementar la seguridad de manera rápida y eficiente en las fuerzas de trabajo remotas que se expanden rápidamente, SonicWall incluirá su solución Secure Mobile Access (SMA) para MSSP, lo que permite a los proveedores de servicios de seguridad gestionados desplegar y escalar rápidamente la seguridad bajo demanda y conectividad a costes basados en el número de usuarios concurrentes". ■

Requisitos

Se seguirá exigiendo a los MSSP participantes que cumplan con los requisitos de ingresos anuales, que tengan un NOC o SOC operativo con capacidades de soporte L1 / L2, así como criterios de personal técnico y de ventas. Los MSSP autorizados deberán establecerse en el programa SecureFirst en el nivel Silver o superior.



MÁS INFORMACIÓN



Sonicwall encarga a Spencer Starkey la dirección del canal en EMEA



Sonicwall supera en un 107% sus objetivos de ventas para el mercado ibérico

El programa MSSP mejorado ofrece beneficios tales como opciones de precios flexibles, acceso personalizado a soporte técnico de primer nivel, acceso a especialistas de ventas y técnicos de MSSP, mayor acceso a fondos de marketing conjuntos, así como capacitación y evaluaciones de especialización para el personal técnico y de ventas.

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



Snom ofrece mayor valor añadido a su canal con el servicio SRAPS

Snom pone a disposición de sus partners su Servicio de Re-direccionamiento y Aprovisionamiento Seguro (SRAPS), un servicio basado en Cloud que facilita la implementación y gestión de sus teléfonos IP premium profesionales, y que permite modificar diversas funcionalidades, adaptándolas a las necesidades de cada empresa.

El sistema de telecomunicaciones es la columna vertebral de cada empresa, por lo que requiere de medidas concretas y específicas. En este sentido, las demandas que presentan las organizaciones al implementar sus soluciones de comunicaciones son distintas. Asimismo, tras la implementación inicial, determinados cambios en la organización como la contratación de nuevos empleados, las transferencias o conexiones de la oficina al hogar, requieren nuevos ajustes. Con SRAPS, Snom ofrece a su canal de proveedores de servicios y distribuidores

especializados una herramienta potente que les ayuda a realizar dichos ajustes.

SRAPS funciona como un panel de control, por lo que los socios de Snom pueden ayudar a sus clientes de una manera mucho más eficiente y con menos personal, ya que tanto la gestión de los ajustes de configuración como la actualización del firmware, entre otras, se pueden rea-

lizar en remoto. Adicionalmente, el hecho de que pueda ser gestionado por diferentes administradores y técnicos, facilita su utilización en diferentes departamentos, sucursales o ubicaciones. Los clientes de los partners de Snom se benefician así de un servicio de calidad, rápido y sin costes de desplazamiento, mientras que los socios pueden reducir los costes administrativos y aprovechar mejor el tiempo, al reducir las visitas a domicilio.

MULTIFUNCIONAL

SRAPS permite a los clientes de Snom la realización de varios aspectos clave, incluyendo la actualización del firmware y el redireccionamiento de los teléfonos. Al crear los perfiles de aprovisionamiento, SRAPS no solo sirve como servicio de redireccionamiento, sino que también crea y proporciona los archivos de configuración al teléfono que se pone en contacto con el

Basado en cloud, el Servicio de Re-direccionamiento y Aprovisionamiento Seguro facilita a los partners de Snom la implementación y gestión de los teléfonos profesionales, permitiendo modificar diversas funcionalidades, adaptándolas a las necesidades de cada empresa. Ello les ayuda a mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.



servicio. SRAPS también vigila la seguridad y la protección de los datos.

“SRAPS es clave para que nuestros socios puedan desarrollar relaciones a largo plazo y exitosas con sus clientes. Les proporcionamos una herramienta óptima para gestionar de principio a fin los requerimientos de sus clientes y de esta manera contribuir en modo significativo a crear un alto grado de satisfacción y de lealtad por parte de estos usuarios”, afirma Mark Wiegleb, Head of Interop & Integration de Snom Technology.

“Por otro lado, los partners pueden también atender a un mayor número de clientes de forma mucho más eficiente y con menos personal. Esto supone una importante ventaja competitiva, dada la escasez de trabajadores cualificados en el sector TIC”.

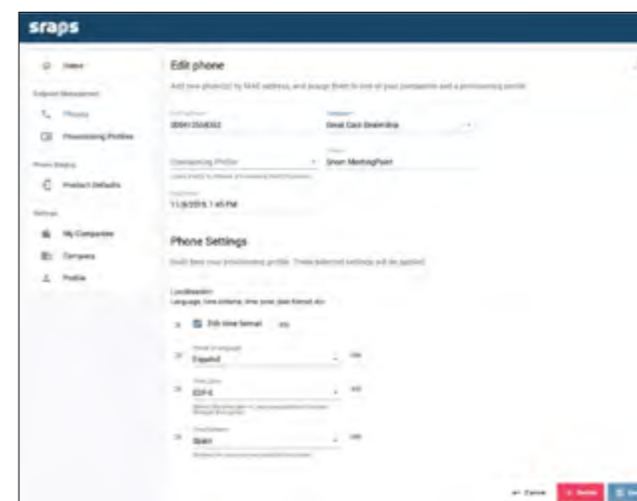
Snom SRAPS es una herramienta muy estructurada y con un acceso intuitivo, por lo que el período de formación es corto. Por otro lado, la Academia de Snom ofrece también formación online gratuita para sus socios, a fin de que los par-

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



ticipantes puedan aprender todas y cada una de las ventajas de SRAPS y la mejor manera de aprovecharlas. ■



Snom dota a los empleados remotos de nuevas soluciones para video-conferencias

Ante el incremento del tele-trabajo a causa del Covid-19, Snom proporciona soluciones sencillas y rentables para un trabajo eficiente y ergonómico con memorias USB DECT, altavoces para conferencias y auriculares.

El mayor desafío para el desarrollo de un trabajo a distancia efectivo, según un estudio de Gartner, proviene

de la falta de infraestructura tecnológica adecuada, por lo que contar con soluciones que faciliten esta práctica son bienvenidas. En este sentido, los empleados que trabajen con equipamiento de Snom tan solo deben insertar la memoria USB DECT A230 en el puerto USB del teléfono. Tras ello, y una vez establecida una conexión

entre la memoria y el altavoz para conferencias C52-SP de Snom, podrán realizar cualquier teleconferencia utilizando la extensión existente. Los usuarios pueden trasladar el altavoz para conferencias inalámbrico, compatible con DECT y equipado con baterías, fácilmente a otra habitación, gracias a su alcance de 50 metros.



MÁS INFORMACIÓN



[Snom convierte sus teléfonos de sobremesa en soluciones para conferencias](#)



[“Gracias a la migración a IP, las telecomunicaciones y las TI se fusionarán”: Gernot Sagl, CEO de Snom](#)

Más plantilla en España

Pese a los desafíos actuales que están golpeando duramente los planes de desarrollo de muchas empresas, Snom continúa reforzando su plantilla. Así, la compañía ha anunciado que se encuentra planificando nuevas contrataciones, incluso en plena crisis, buscando gestores de productos, desarrolladores de software y personal de apoyo para el servicio de ventas. En concreto, en España espera poder ofertar nuevos puestos de trabajo a corto plazo para las áreas de desarrollo, gestión de productos o soporte.

“Sin duda la pandemia hace que no siempre sea fácil mirar hacia el futuro con optimismo. Sin embargo, en Snom estamos firmemente convencidos de que estos momentos difíciles terminarán en un futuro cercano, como nos muestran los acontecimientos en Asia. Por todo ello, hemos decidido seguir adelante con las contrataciones de personal, manteniendo primeros acercamientos y entrevistas telefónicas, y aunque la incorporación a los nuevos puestos de trabajo se retrase, ello no significa que no volvamos muy pronto a la senda del crecimiento”, afirma Gernot Sagl, director ejecutivo de Snom Technology GmbH.

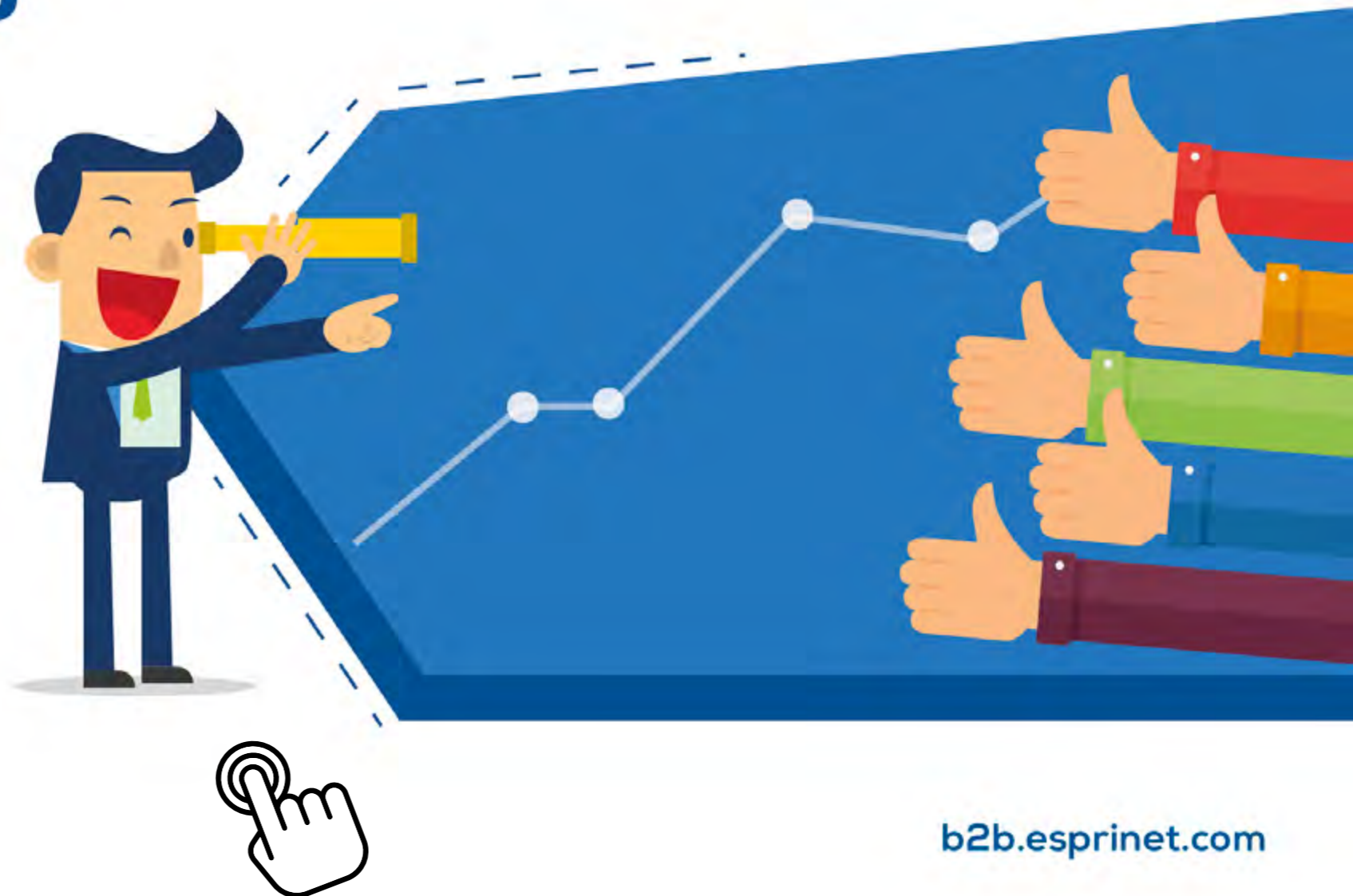


Together 
is Better

**Tu éxito,
nuestro objetivo**



Esprinet Ibérica
Campus 3-84
Nave 1, Calle Osca, 2
Pol. PLAZA
50197, Zaragoza,
info_es@esprinet.com
Teléfono: 976766110



b2b.esprinet.com

Ingram Micro, plenamente operativo

Después de que el 28 de marzo el Gobierno de España anunciara que las actividades económicas se restringirían aún más, manteniéndose operativas a partir del lunes 30 solo aquellas consideradas como esenciales, y tras haber consultado la correspondiente publicación en el Boletín Oficial de Estado donde se detallan explícitamente dichas actividades y haber contrastado la información con otras empresas del sector, Ingram Micro confirmó que su actividad era considerada como esencial, por lo que siguió 100% operativa. Como afirman desde la compañía, "en estos momentos tan convulsos, Ingram Micro trabajará para exceder las expectativas de toda la sociedad para contribuir de manera decisiva a vencer el virus, ayudar a salvar vidas y proveer del material necesario al país".

El mayorista es consciente de la importante labor que cumple de proveer a la sociedad de productos, soluciones y servicios tecnológicos imprescindibles para mantener operativos los sistemas



de información de sectores críticos, como el sanitario, alimentario, logístico y todos aquellos incluidos en la disposición gubernamental. Todo ello, sin olvidar que su principal prioridad es la salud, el bienestar y la seguridad de sus empleados, así como la de sus clientes, colaboradores y fabricante.

PROGRAMA DE GESTIÓN DEL NEGOCIO

La compañía sigue en España un programa de gestión del negocio, que incluye planes de continuidad del negocio (BCP) y planes de acción de emergencia (EAP)

La empresa confirma que se mantiene totalmente operativa para proveer de productos y servicios tecnológicos imprescindibles y mantener funcionando los sistemas de información de sectores críticos, como el sanitario, el alimentario o el logístico, operando con teletrabajo y con su almacén funcionando respetando todos los estándares de seguridad.

TeamViewer en Cloud Marketplace

Como parte de un acuerdo de distribución global, Ingram Micro ha anunciado la incorporación de las soluciones de conectividad remota segura de TeamViewer a Ingram Micro Cloud Marketplace. Los productos de TeamViewer estarán inicialmente disponibles en 15 países,

entre ellos España, y poco después se extenderán a otras regiones. Con el aumento del trabajo remoto, abundan los desafíos de seguridad, colaboración y soporte para la fuerza laboral distribuida en la actualidad. De acuerdo con Global Workplace Analytics,

desde 2005 ha habido un aumento del 173% de empleados que trabajan desde sus hogares, con un 43% de la fuerza laboral actual que trabaja de manera remota con cierta frecuencia. Las soluciones de TeamViewer están diseñadas para potenciar la fuerza laboral remota.

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



que se han actualizado según la certificación ISO y, por el cual, sus oficinas están cerradas siguiendo las normativas de las autoridades, operando con teletrabajo y con su almacén funcionando respetando todos los estándares de seguridad. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Ingram Micro toma medidas para minimizar el impacto del Covid-19](#)



[Ingram Micro celebra el 5 de noviembre la 19ª edición de su Symposium](#)



[Ingram Micro facilita las compras a sus clientes a través de una web mejorada](#)

Smartphones Xiaomi para estudiantes vulnerables

Con el fin de facilitar a aquellos estudiantes con menos recursos el mantenimiento de su actividad educativa, así como de la interacción con docentes y compañeros, ante la suspensión de la actividad lectiva presencial decretada para frenar el avance de la pandemia del COVID-19, Xiaomi e Ingram Micro han colaborado para hacer en-

trega de 1.000 smartphones al Ministerio de Educación y Formación Profesional del Gobierno de España. Los dispositivos se destinarán a estudiantes de Bachillerato y FP Media y Superior de familias vulnerables de 10 comunidades autónomas, con el fin de minimizar el impacto de la suspensión de la actividad lectiva presencial. Con

la aportación de los smartphones, que se repartirán en colaboración con las comunidades autónomas de Aragón, Castilla y León, Cataluña, Comunidad de Madrid, Galicia, Islas Baleares, La Rioja, Navarra, País Vasco y Principado de Asturias, Xiaomi e Ingram Micro se suman al plan del Ministerio de Educación y Formación Profesional.

Con Pure Storage en España

Ingram Micro ha anunciado la firma de un acuerdo con Pure Storage para distribuir sus soluciones de almacenamiento Flash en España. El acuerdo, que ya fue firmado en enero, busca el objetivo de expandir, vender y dar soporte a sus soluciones, incluyendo FlashArray //X, FlashBlade, Pure1 y servicios en la nube.

Pure Storage e Ingram Micro empiezan así una nueva relación comercial enfocada a proporcionar soluciones completas a los clientes. Pure Storage cambia la forma de ver las soluciones de almacenamiento flash, donde prima que todo sea sencillo, eficiente y con un gran rendimiento. El fabricante permite obtener más de los

datos, al mismo tiempo que reduce la complejidad y los gastos de gestión de la infraestructura que los soporta, con la latencia más baja, el ancho de banda más alto y el rendimiento más potente. Esto combinado con el modelo de propiedad Evergreen Storage proporciona valor a su inversión en almacenamiento, incluyendo capacidades efectivas garantizadas por contrato. Entre las soluciones que se benefician de las ventajas de Pure Storage están Microsoft, Oracle, SAP, VDI / escritorio remoto, inteligencia artificial, machine learning, big data, Splunk, así como cualquier otro tipo de aplicaciones Enterprise.



Arrow firma un acuerdo con Puppet en EMEA

Arrow Electronics ha firmado un acuerdo con Puppet, para distribuir sus soluciones de automatización de infraestructura en Europa, Oriente Medio y África (EMEA). Arrow abre así nuevas oportunidades para que sus clientes del canal de TI combinen soluciones de proveedores líderes con opciones ampliamente utilizadas para automatizar los procesos de negocio de sus clientes empresariales.

“La cartera de Arrow y Puppet se unen perfectamente entre sí dado que Puppet se está asociando con los proveedores líderes del mundo al automatizar las configuraciones de sus soluciones”, explica Alexis Brabant, vicepresidente de ventas del negocio de soluciones informáticas empresariales de Arrow en EMEA. “Puppet logró convertirse en un estándar de la industria que funciona en todas las infraestructuras y negocios verticales. Esperamos con interés trabajar con Puppet a medida que aumentamos nuestro enfoque en la automatización de TI y DevOps seguros en nuestra mezcla gene-

ral de soluciones para entornos on-premise y multicloud”.

ABANICO DE SOLUCIONES

Según Puppet, más de 40.000 compañías en todo el mundo, incluido el 75% de Fortune 100, confían en la tecnología de Puppet para automatizar la infraestructura y la entrega de aplicaciones. La solución Puppet Enterprise permite a las empresas entregar y administrar casi cualquier infraestructura a escala con automatización sin agentes y basada en agentes en una sola plataforma, y así cumplir de manera continua con las políticas de seguridad y cumplimiento.

Arrow también distribuirá Puppet Remedy, una solución que ayuda a los equipos de operaciones de TI a priorizar y remediar las vulnerabilidades de seguridad, más rápido y a mayor escala. Los clientes del canal también obtendrán acceso a Nebula, la última solución de Puppet para automatizar la entrega de aplicaciones e infraestructura cloud nativas.

“En un panorama de TI cada vez más complejo, la automatización de acciones en la infraestructura en cada capa y en cada superficie es más importante que nunca”, afirma Paul Heywood, Chief Revenue Officer de Puppet. “Arrow comprende las necesidades que afrontan los CIO y los equipos de DevOps, redes y seguridad y la importancia de la automatización y la orquestación trabajando en armonía con la virtualización, la nube, los análisis y las necesidades de seguridad, junto con las otras herramientas y flujos de trabajo que esos equipos empresariales tienen en la actualidad”. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Arrow lanza Divergente para dar voz y soporte a la comunidad preventiva](#)



[ArrowSphere suma Check Point CloudGuard IaaS a su oferta de seguridad](#)

Al agregar a Puppet a su oferta, Arrow abre nuevas oportunidades para que sus clientes del canal de TI combinen soluciones de proveedores líderes con soluciones ampliamente utilizadas para automatizar los procesos de negocio de sus clientes empresariales. Arrow aumenta así su foco en la automatización de TI y en DevOps seguro.

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



Teduin confía a DMI la distribución de su marca TD SYSTEMS

DMI Computer ha firmado un acuerdo de distribución en exclusiva con Teduin S.A., fabricante especializado en el desarrollo de negocio y fabricación de las televisiones TD SYSTEMS para el mercado español. Su amplia gama de producto, con televisores que van desde 24 a 58 pulgadas, a un precio muy competitivo, hace de la marca un gran aliado para el desarrollo de negocio de canal dentro de DMI.

“Tras un largo tiempo debatiendo con quien dar un paso cualitativo en la comercialización de los productos que fabricamos en Coslada (Madrid), coincidimos en que DMI sería el socio adecuado. Compartimos con DMI tres décadas de trayectoria empresarial intachable”, señala Juan Carlos Cordo, COO de Teduin. “Teduin S.A. y su marca comercial TD SYSTEMS está preparada para expandir su presencia en el canal y entre diferentes plataformas de electro del territorio nacional. La experiencia, el buen saber hacer y la capilaridad de DMI hace que sea un referente para TD SYSTEMS en este paso adelante”.

TRABAJO CONJUNTO

Para la marca de televisores es una decisión estratégica, orientada a la generación de valor, para desarrollar la categoría de televisión de forma conjunta manteniendo los valores de confiabilidad, agilidad y adaptabilidad. Los equipos de ambas empresas trabajarán conjuntamente para ofrecer el mejor apoyo posible a los clientes conjuntos.

Sobre el inicio de la actividad comercial con TEDUIN S.A. y su marca TD SYSTEMS, José Antonio Rodríguez, director de ventas y desarrollo de negocios de DMI Computer, asegura que “esta actividad la cogemos con mucha ilusión y un sentimiento de gran responsabilidad, por ser una de las marcas mejor cuidadas que existen en el panorama del televisor en España. Agradecemos la confianza que han depositado en nosotros, ejecutando un plan de expansión de la marca en determinados segmentos de clientes tanto para España como para Portugal. Vamos a cuidar en todo momento el equilibrio entre potenciación de ventas y rentabilidad para todos los clientes de presente y futuro.

Por nuestra parte, aportamos nuestra experiencia en el mercado a través de la tipología de clientes que forman parte de DMI, además de nuestras ganas para seguir haciendo las cosas bien”. ■



MÁS INFORMACIÓN



[DMI ofrece a sus clientes portes gratis y servicio de entrega directa](#)



[DMI distribuirá la oferta de soluciones para el comercio de Toshiba TEC](#)

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



“La experiencia, el buen saber hacer y la capilaridad de DMI hacen que sea un referente para TD SYSTEMS en este paso adelante”, asegura Juan Carlos Cordo, COO de Teduin. Ejecutarán un plan de expansión de la marca en determinados segmentos de clientes tanto para España como para Portugal.



MCR implementa un plan de trabajo global para mantener el servicio a sus clientes

MCR ha anunciado que su estructura laboral opera con total normalidad, tras la consolidación de un plan de trabajo global destinado a mantener el servicio a sus clientes. La actividad profesional de MCR, encuadrada en la categoría "Provisión de equipos y servicios de tecnología y comunicaciones", es considerada "esencial" por el Gobierno, de ahí que el mayorista haya implementado un conjunto de acciones y protocolos que han permitido adaptar sus operaciones a la situación actual para mantener intacto su compromiso.

"Por supuesto, la mayoría de nuestros empleados seguirá teletrabajando, ya que nuestra prioridad sigue siendo la salud de nuestros trabajadores y colaboradores. Pero gracias al plan que hemos creado, ahora podremos actualizarlo para mantener el compromiso con nuestros clientes", explica Pedro Quiroga, CEO de MCR.

MCR tomó las primeras medidas ya días antes de la declaración del estado de alarma. En paralelo, la compañía comenzó a desarrollar un plan de trabajo para operar con normalidad a pesar de las limitaciones propias de la situación. En el marco de este plan, todos los empleados de MCR cuentan a fecha de hoy con los medios necesarios para trabajar desde su domicilio. "Esto ha sido posible gracias a que gran parte de nuestro personal lleva ya muchos años trabajando a distancia, por lo que contamos con toda la infraestructura y la experiencia necesarias", comenta Quiroga.

DEESCALADA

A partir de ahora, MCR actualizará de nuevo su plan de trabajo para que parte de su plantilla se incorpore a su puesto de trabajo. Asimismo, dando prioridad a la conciliación trabajo/vida, la compañía está

ofreciendo como opción la reducción de jornada a aquellos que lo demanden. Asimismo, se ha identificado a todos aquellos empleados que pertenecen a grupos de riesgo y a cada uno de ellos se le ha proporcionado una solución particular para evitar su contagio.

En el marco de este plan de trabajo, todos los empleados de MCR cuentan con los medios necesarios para trabajar desde su domicilio, mientras garantiza el nivel de stock. "En MCR sabemos que la situación es muy complicada para todos, y por eso trabajamos operativos al 100%", afirma Pedro Quiroga.



“Este plan va mucho más allá del teletrabajo –explica Pedro Quiroga– y ha ido evolucionando en función de las circunstancias, pero ha estado basado en todo momento en dos pilares principales: de un lado, la seguridad de nuestros empleados y colaboradores; de otro, el compromiso con nuestros clientes”. Las acciones emprendidas por MCR han estado supeditadas en todo momento en conformidad con las directrices de la certificación ISO.

Por último, y más allá de la creación del plan de trabajo, MCR trabaja cada día en colaboración con los fabricantes a los que representa para garantizar el nivel de stock ante posibles

interrupciones del servicio. El mayorista está enviando comunicaciones periódicas a sus partners y proveedores para informarles de las medidas que se van adoptando y del posible impacto de estas medidas en el normal funcionamiento del negocio.

“En MCR sabemos que la situación es muy complicada para todos, y por eso trabajamos operativos al 100%, dando un servicio esencial a nuestros clientes en estos convulsos días. De igual manera, iremos poniendo en práctica todas aquellas actuaciones que las autoridades recomienden o impongan para contribuir al final de la crisis”, concluye Pedro Quiroga. ■

Audio y vídeo con LAIAtech

MCR ha firmado un acuerdo de distribución con la firma LAIAtech para la comercialización en España de los productos de audio y vídeo de la marca LAIA, que serán distribuidas por su división de soluciones profesionales, MCR PRO.

Bajo la marca LAIA se agrupa una amplia gama de soluciones de comunicación

audiovisual, segmentadas en cuatro familias de producto: Cute, con cámaras PTZ para diferentes entornos y dotadas de opciones avanzadas de conectividad e integración, como los modelos Cute 4K AI y Cute UP Pro; MyTeam, con sistemas de videoconferencia profesional, como el MyTeam TP200 o el MyTeam TP1; Broadcaster,

con herramientas profesionales para producciones AV, auditorios, estudios de TV y radio y grandes espacios, como la Broadcaster 4K; y T-Pod, una familia de micrófonos y altavoces diseñada para cualquier sala de reuniones, que abarca modelos profesionales como el t-Pod WiFi y otros como el t-Pod Airbone.



MÁS INFORMACIÓN



[Schneider se suma a la oferta multimedia y de ocio digital de MCR](#)



[MCR refuerza su oferta con las soluciones de almacenamiento de ADATA](#)



Soluciones profesionales de Sony

MCR ha anunciado la incorporación a su portfolio de producto de las soluciones profesionales de Sony. Tras el acuerdo firmado entre ambas, el mayorista añade a su oferta una amplia gama de productos que serán distribuidos por su división de soluciones profesionales, MCR PRO. “Sony lleva más de 50 años colaborando con el mundo de los profesionales, aportando tecnología líder y una amplia experiencia en este sector para permitir a empresas de numerosos sectores sacar adelante sus ideas. La incorporación de sus productos es un gran paso para consolidar nuestro liderazgo en este mercado”, explica Enrique Hernández, director de MCR PRO.

Sony Professional Solutions, filial de soluciones profesionales de Sony, desarrolla

soluciones tecnológicas de alta calidad para empresas que permiten aprovechar el poder de las imágenes y ofrece nuevas formas de usarlas para generar valor añadido. Su oferta incluye una amplia gama de proyectores diseñados para satisfacer las necesidades más exigentes, así como modelos versátiles y de bajo consumo diseñados para el sector educativo; proyectores de Home Cinema, que aportan un gran detalle en 4K HDR; sistemas de proyección de cine digital, que proporcionan una gran experiencia visual en grandes espacios con un coste asequible; proyectores de simulación para museos, galerías, atracciones, simulación de vuelo, etc.; o proyectores de instalación, para espacios altamente sofisticados.



#ESTEVIRUSNOPODRÁCONNOSOTROS

En **DMI Computer** seguimos comprometidos con nuestros clientes. Portes gratis en todos los pedidos de Península.

www.dmi.es

#Juntossaldremosdeesta

#DMI30AÑOSCONTIGO



Charmex crea una web con recursos gratuitos para la comunidad educativa

En la web se pueden descargar herramientas como el grabador de pantalla Lynx, el software Clevermaths en su versión de ordenador y Openboard. Además, se pueden solicitar licencias gratuitas de Stage para videoconferencia, o para Snowflake Online, que permite enseñar a través de juegos.



Con el compromiso de apoyar a los educadores durante estos tiempos complejos, donde la educación también tiene el reto de continuar online y a distancia, Charmex ha creado el sitio web charmexeducacion.net, con recursos y tutoriales gratuitos sobre tecnologías colaborativas.

“Sabemos que la educación tiene el gran reto de continuar en casa y a distancia, por eso queremos ayudar a los profesores en su labor. Y hemos seleccionado una serie de recursos de nuestros partners que son completamente gratuitos”, aseguran desde la compañía.

Con el grabador gratuito Lynx, los maestros podrán crear videos MP4 desde el escritorio de sus PCs, añadiendo el sonido, en caso de que tengan un micrófono conectado o estén usando un portátil con micro integrado. Solo hace falta descargarlo y darle al play, y es compatible con Windows y MAC.

DIVERSAS SOLUCIONES

Por su parte, Clevermaths es un software nativo de monitores interactivos, de uso fácil e intuitivo, que permite a las lecciones de matemáticas cobrar vida con las herramientas de matemáticas interactivas. En su versión de escritorio, compatible con Windows, Clevermaths tiene todas las características que se pueden esperar de un software de anotación e incluye a funcionalidades relacionadas con matemáticas y física, dibujar formas en 2D y en 3D, o utilizar prácticas calculadoras.

“En estos momentos, es importante apoyarnos entre todos, apoyarnos como comunidad, porque todos juntos podemos llegar más lejos”, explican desde el mayorista. “Nuestra misión es ayudar a los educadores a enseñar en las escuelas, por eso hemos recolectado estas soluciones gratuitas y adaptamos nuestro contenido para poder aportar valor en las interacciones humanas de estos días. Esperamos que este pequeño gesto sea de ayuda para toda la comunidad educativa”. ■

Snowflake Online

El cierre temporal de las escuelas a causa de la emergencia sanitaria causada por el coronavirus ha llevado a la comunidad educativa a implantar la educación a distancia. Para apoyar a los docentes y estudiantes en su labor de educación desde casa, Charmex ha puesto a su disposición licencias gratuitas y perpetuas del software educativo Snowflake Online de la compañía NUIEQ.

Se trata de una plataforma online que permite a los profesores crear juegos interactivos usando plantillas, o copiar y modificar juegos ya creados por otros profesores de la Comunidad Snowflake de todo el mundo. Una vez que el juego ha sido creado, el profesor puede mandar el enlace a los alumnos para que cada uno lo trabaje desde casa. En este caso, el profesor verá qué alumnos han



abierto el juego y podrá recibir la nota que ha sacado cada uno. El profesor también podrá compartir el juego con aquellos compañeros profesores que decida, así como con la Comunidad Snowflake.



¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



MÁS INFORMACIÓN



[Charmex extiende su acuerdo de distribución con Kramer a Portugal](#)



[Charmex lanza Traulux, su marca propia para el mercado audiovisual](#)



[El Tour Charmex Educación reúne lo último en tecnología para el aula](#)

Exclusive Networks ayuda a los partners a continuar con su negocio

Con el objetivo de paliar los retos y consecuencias del COVID-19 y agilizar el teletrabajo, Exclusive Networks anuncia el lanzamiento de su Centro de Soporte para Socios, destinado a ayudar a los partners en el desarrollo de su actividad durante la crisis del coronavirus, y ha presentado el microsite "yotrabajoencasa", con cinco soluciones tecnológicas para afrontar el teletrabajo.

A través de su Centro de Soporte, Exclusive pone a disposición de sus partners y fabricantes sus servicios de apoyo técnico, para ayudarles a afrontar una mayor demanda de recursos. Los socios pueden así beneficiarse de un acceso ágil y rápido al soporte de ingeniería pre y post venta para recibir asistencia ante picos de demanda o ante un desbordamiento de los servicios de asistencia al cliente.

CINCO BALUARTES

El Centro de Soporte para Socios integra cinco pilares básicos: continuidad y sos-



El mayorista ha puesto en marcha el Centro de Soporte para Socios, que pone a disposición de sus partners y fabricantes sus servicios de apoyo de ingeniería pre y post venta, y el microsite "yotrabajoencasa" que recoge todas las soluciones de su catálogo orientadas a ayudar al teletrabajo de los empleados.

tenibilidad empresarial, apoyo, protección, productividad y personas. Entre las principales medidas de asistencia que proporciona incluyen servicios de entrega directa, almacenamiento y conservación de copias de seguridad, ingeniería pre y post venta (gratuita cuando sea necesario), paquetes educativos para una rápida puesta en marcha, rápido despliegue de soluciones de teletrabajo, ampliación de los períodos de prueba gratuitos de las tecnologías clave, mejoras en el rendimiento de red para un aumento masivo del tráfico y la contención de usuarios concurrentes, ampliación de los recursos corporativos para máquinas virtuales y VDI, y asesoramiento en materia de comunicaciones y buenas prácticas.

A pesar de la gravedad, la incertidumbre y la naturaleza cambiante de la situación, la voluntad de nuestro personal de adaptarse y mantener el servicio y el soporte, en estrecha ar-



monía con nuestros vendedores y socios del canal, es un gran testimonio del espíritu, la colaboración, la resolución y la resiliencia del canal”, expresa Barrie Desmond, Vicepresidente Senior de Marketing y Comunicaciones de Exclusive Networks”.

YOTRABAJOENCASA

Adicionalmente, y de cara a salvaguardar la seguridad y el rendimiento de las iniciativas de teletrabajo de los clientes, y asegurar el bienestar de los trabajadores aislados, Exclusive Networks lanza el microsite “yotrabajoencasa”, con el que pretende ayudar y guiar a todos aquellos clien-

El Centro de Soporte para Socios integra cinco pilares básicos: continuidad y sostenibilidad empresarial, apoyo, protección, productividad y personas



La propuesta AIOps de Tintri

Exclusive Networks ha firmado un acuerdo de distribución con Tintri en la región de EMEA, que cubre la cartera completa de soluciones de infraestructura inteligente del proveedor, incluidas las familias de productos VMstore, IntelliFlash y NexentaStor. Todas ellas se alinean estrechamente con el catálogo de transformación en la nube de Exclusive y abren nuevas oportunidades a una amplia base de partners potenciales, a medida que la demanda empresarial de gestión de almacenamiento automatizada y definida por software estimula el nuevo mercado de AIOps.

Exclusive Networks está movilizando sus amplias relaciones con los partners y su alcance global para impulsar las aspiraciones de crecimiento de Tintri, particularmente entre los proveedores de servicios. Se están llevando a cabo una serie de actividades de desarrollo de mercado para construir una vía para proyectos de infraestructura inteligente y almacenamiento, muchos junto con soluciones complementarias. Están en desarrollo programas de formación, preventa y marketing a nivel local y regional para cultivar oportunidades e impulsar la capacitación de ventas.

Exclusive ha lanzado el microsite “yotrabajoencasa”, para ayudar y guiar a todos aquellos clientes que hayan tenido que adaptarse a esta modalidad de trabajo

tes que hayan tenido que adaptarse a esta modalidad de trabajo y necesiten una orientación sobre cómo afrontar la nueva situación. Para ello, se incluyen datasheets, presentaciones y vídeos básicos de despliegue y gestión

En yotrabajoencasa el mayorista agrupa las cinco principales soluciones de su portfolio orientadas a permitir el trabajo en remoto en modo SaaS, favoreciendo así un despliegue más rápido y una reducción de los plazos de puesta en marcha y las incidencias, un tema crítico en esta situación tan com-

pleja. Dichas soluciones son Fortinet Firewall VPNs, Netskope Proxy, Nutanix Xi Frame, Palo Alto Firewall y Proofpoint META Networks. ■

Multi-cloud con HYCU

Exclusive Networks ha firmado un acuerdo de distribución con HYCU, empresa de software empresarial especializada en la copia de seguridad, recuperación y monitorización de datos para la próxima generación de nubes empresariales. El acuerdo, inicialmente circunscrito a Reino Unido, los países nórdicos y Oriente Medio, se amplía a Iberia para ofrecer a miles de partners un acceso más rápido a las soluciones para infraestructuras

multi-cloud locales e hiper-convergentes de HYCU. Con HYCU, los partners de canal de Exclusive Networks disponen de una oferta tecnológica integral que, además, es apta para trabajar con los clientes

de Nutanix Enterprise Cloud, incluyendo, la recientemente presentada Nutanix Mine con HYCU, una solución única de almacenamiento secundario integrada y diseñada especialmente para esta colaboración.



MÁS INFORMACIÓN



[Los mayoristas de TI se posicionan ante la crisis del COVID-19](#)



[Exclusive Networks finalizó su ejercicio 2019 con un crecimiento del 17%](#)



[Exclusive Networks acerca a sus partners el programa PAST de Proofpoint](#)



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

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

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



IREO proporciona nuevas facilidades de pago a sus partners

De cara a facilitar el negocio a los partners, en estos delicados momentos en los que nos encontramos, IREO ha activado el servicio de pago mediante TPV virtual, para que puedan realizar el pago de cualquier herramienta o solución, y a través de cualquier dispositivo. El mayorista, que ya ofrecía el servicio únicamente en los pedidos que se llevaban a cabo a través de la tienda online, ha querido hacerlo extensivo para cualquier compra.

Mediante este cómodo sistema de pago virtual, los partners podrán realizar la operación de compra de forma inmediata en tan solo unos segundos, a través de su tarjeta de crédito. La manera de proceder es muy sencilla ya que, si se decide por este método de pago, el partner recibirá un enlace bien por SMS o por e-mail para proceder al pago inmediato del producto a través de una pasarela de pago seguro de comercio electrónico.

Aparte de los días de financiación que ofrecen las tarjetas de crédito, este servicio le permitirá adquirir multitud de productos o servicios de uno o varios fabricantes a la vez y realizar el pago mediante cualquier tarjeta

de crédito nacional o internacional habilitada en comercio electrónico seguro para poder realizar pagos online. El límite establecido en los pedidos para poder operar con este tipo de pagos es de un mínimo de 50 euros. ■

El mayorista les ofrece el servicio de pago mediante TPV virtual, con el que podrán realizar la operación de compra de forma inmediata a través de su tarjeta de crédito. Se trata de un método de pago totalmente seguro, que cumple con todas las normativas vigentes de comercio electrónico seguro.



Teletrabajo eficiente a precio competitivo

Debido a la grave crisis sanitaria que se está viviendo y siguiendo las recomendaciones del Gobierno, muchas empresas han adoptado el teletrabajo. Dotar a los empleados de soluciones tecnológicas eficientes y de calidad es la clave para no perder la eficiencia y, tal y como indica IREO, se puede conseguir de manera rápida, sencilla y asequible para todo tipo de empresa. Para ello, el mayorista representa a fabricantes como BeyondTrust, Datto, Deepnet Security, ManageEngine, Ping Identity, Sophos, Stormshield y TP-Link, que abarcan las áreas de Conectividad Segura, Autenticación y Acceso y Soporte y Administración remota, entre otras, y que, sobre todo, se adaptan a todo tipo y tamaño de organización. Proporcionan así herramientas de teletrabajo con las ventajas que demandan tanto sus partners como sus clientes: fácil implantación, bajo coste y máxima fiabilidad. Por otra parte, en un esfuerzo por colaborar en mitigar el inevitable impacto económico derivado de la crisis sanitaria en las empresas, IREO y sus fabricantes ofrecen promociones y licencias gratuitas de muchas de las soluciones, todas ellas accesibles desde el apartado de promociones de la web de IREO.

MÁS INFORMACIÓN

- [IREO propone una completa oferta de soluciones para teletrabajo](#)
- [IREO se convierte en mayorista para España y Portugal de Ping Identity](#)



Acuerdo con Safetica

IREO anuncia la firma de un acuerdo de distribución con Safetica Technologies, convirtiéndose así en mayorista de sus soluciones Safetica Auditor y Safetica DLP para España. Ambas soluciones están muy demandadas hoy en día, para proteger información corpo-

rativa y asegurar la productividad de empleados tanto en entornos de teletrabajo, como en entornos tradicionales de informática corporativa.

La filosofía de seguridad de Safetica se basa en tres pilares: la integridad, la flexibilidad y la facilidad de uso. Su

software de seguridad ofrece una solución integral para la prevención de la fuga de datos, de manera accidental o intencionada, que abarca una amplia gama de amenazas de seguridad originadas por una misma fuente: el factor humano.



DIGITAL SIGNAGE, UNA OPORTUNIDAD PARA EL CANAL

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

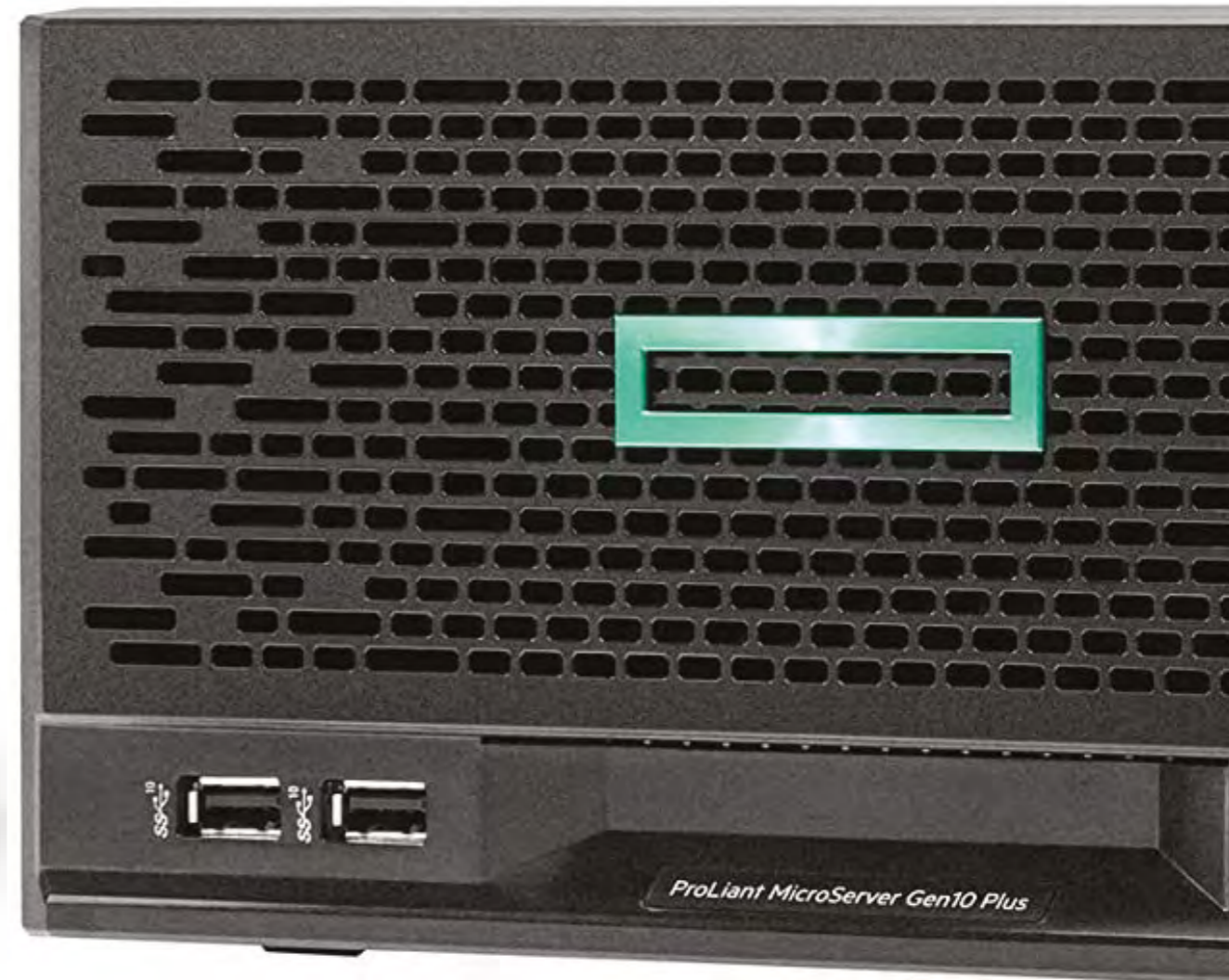


El futuro ya está aquí

El nuevo **HPE ProLiant
MicroServer Gen10 Plus**
ya en V-Valley Vinzeo



**Hewlett Packard
Enterprise**



V-Valley
★★★★★ the Value of esprinet



vinzeo

Las 10 habilidades técnicas de los profesionales de TI mejor pagadas

Un pequeño pero creciente número de profesionales de TI está dominando las nuevas tecnologías para acceder a los salarios más altos que los empresarios están dispuestos a pagar por un conjunto de

habilidades, según señala el nuevo Dice 2020 Tech Salary Report. De acuerdo con dicho informe, estas son las diez habilidades técnicas que los profesionales de TI deben tener si desean obtener el salario más alto posible:

1 Apache Kafka. Apache Kafka es un marco de procesamiento de flujo de código abierto que permite a las empresas administrar de manera más efectiva las fuentes de datos en tiempo real. Posee el salario medio más alto en la lista con 134.557 dólares anuales, con un aumento del 5,5% año tras año.

2 HANA. HANA es un sistema de gestión de bases de datos relacionales in-memory creado por SAP. El salario medio de HANA en 2019 fue de 134.462 dólares, lo que representa un aumento salarial del 9,4% en comparación con 2018.

3 Cloudera. En 2019, los salarios asociados con Cloudera crecieron casi un 9%, hasta los 133.695 dólares. Según Dice, tanto las ocupaciones relacionadas con los datos como

Aunque el salario medio anual en la industria tecnológica alcanzó los 94.000 dólares en 2019, sólo un 1,3% más que el año anterior, ciertas habilidades técnicas en Apache, AWS, Cloudera, Chef, SAP HANA y Platforms-as-a-Service tienen una gran demanda, lo que incrementa dos dígitos algunos salarios.



una variedad de otras, incluidos los ingenieros de ventas, solicitan Cloudera a niveles significativos.

4 MapReduce. MapReduce se considera muy valioso en muchas organizaciones porque se utiliza en todo, desde el aprendizaje automático hasta la agrupación de documentos. Debido a esto, los salarios medios aumentaron en casi un 8% en 2019 hasta los 132.708 dólares.

5 Apache Cassandra. Se trata de un sistema de gestión de base de datos NoSQL distribuido, de código abierto y gratuito diseñado para manejar grandes cantidades de datos entre servidores, proporcionando una alta disponibilidad sin un solo punto de fallo. El salario medio por tener habilidades de Cassandra fue de 132.497 dólares, un 6,7% más en comparación con 2018.

6 Chef. Chef es un software de automatización continua que permite a las empresas automatizar el proceso en el que configuran, implementan y escalan servidores y aplicaciones. Fue testigo del mayor aumento salarial

en la lista Dice 2020 con un crecimiento del 19,5% hasta los 132.136 dólares.

7 Mockito. Es un marco de prueba de código abierto para Java, y registró uno de los mayores aumentos en los salarios en 2019, con una subida del 11,5%, llegando a los 131.772 dólares.

8 SOA. La arquitectura orientada a servicios (SOA) es un método de diseño de software en el que los componentes de la aplicación proporcionan servicios a otros componentes a través de un protocolo de comunicación, generalmente a través de una red. En 2019, los salarios medios con SOA alcanzaron los 131.556 dólares, lo que representa un salto del 7,6%.

9 Redshift. Amazon Redshift es una de las soluciones de almacenamiento de datos en la nube más populares y rápidas del mundo. En 2019, los salarios medios con Amazon Redshift subieron un 4,5%, alcanzando los 130.723 dólares.

10 PaaS. Las ofertas de plataforma como servicio son soluciones cloud donde los pro-



fesionales de TI brindan una plataforma a los clientes que les permite ejecutar, administrar y desarrollar aplicaciones de negocio sin necesidad de construir y administrar la infraestructura ellos mismos. El salario medio de las personas con habilidades técnicas de PaaS alcanzó los 130.669 dólares en 2019, un aumento del 6,3% en comparación con 2018. ■

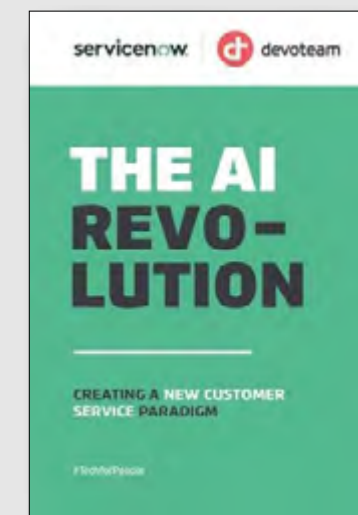


MÁS INFORMACIÓN

[En España faltan profesionales formados en lenguajes como Java y HTML](#)

[Los Cloud Architects y los desarrolladores Java son los perfiles TI más demandados](#)

[La escasez de personal técnico estimula el reciclaje de talento en las empresas](#)



LA REVOLUCIÓN DE AI



El servicio al cliente evoluciona a un ritmo rápido. En la economía de suscripción actual, en la que el crecimiento de la empresa depende de las renovaciones de los clientes, las expectativas de los clientes se intensifican. La gente no quiere decirle a una compañía que tienen un problema, solo lo quieren arreglado. Y si surgen problemas, los clientes esperan cada vez más que la compañía les dé una solución.

El mercado de infraestructura de TI empresarial se contraerá este año



En el escenario más probable, los ingresos del mercado de servidores disminuirán un 3,4%, mientras que los ingresos por ventas de sistemas de almacenamiento empresarial externos caerán un 5,5% en 2020. Muchas empresas optarán por una adopción más rápida de servicios en la nube para satisfacer sus necesidades de computación y almacenamiento.

El gasto de las organizaciones en infraestructura de TI, incluyendo servidores y sistemas de almacenamiento empresarial, disminuirá en 2020 como resultado de la pandemia del coronavirus. De acuerdo con IDC, en el escenario más probable, los ingresos del mercado de servidores decrecerán un 3,4% anual hasta los 88.600 millones de dólares, mientras que los ingresos del mercado de sistemas de almacenamiento empresarial disminuirán un 5,5% hasta los 28.700 millones en 2020.

Se espera que el mercado de servidores caerá un 11% en el primer trimestre y un 8,9% en el segundo, para regresar al crecimiento en la segunda mitad del año. Por su parte, se prevé que el mercado de almacenamiento externo disminuirá un 7,3% en el primer trimestre y un 12,4% en el segundo, antes de regresar a un ligero crecimiento a fines de 2020, con una mayor recuperación en 2021.

ESCENARIO MÁS POSIBLE

Para IDC, el escenario más probable implica un gran impacto negativo que comienza en China y se extiende a otras regiones antes de disminuir a finales de año, influenciado por los cambios en la demanda por parte de los compradores



de TI, la escasez de la cadena de suministro y los retrasos logísticos, el aumento de los precios de los componentes a corto plazo y un clima económico y social debilitados.

Algunas industrias (transporte, hotelería, comercio minorista, etc.) se enfrentan a la reducción significativa de la actividad de los consumidores y al cierre de negocios, y otras se ven afectadas por un inesperado aumento en la demanda de servicios. Ante la incertidumbre económica, muchas empresas se ven obligadas a considerar una adopción más acelerada de los servicios en la nube para satisfacer sus necesidades de computación y almacenamiento. Este aumento en la demanda ha ejercido una presión no planificada sobre la infraestructura de TI en los centros de datos de proveedores de servicios cloud, lo que generó una solicitud creciente de servidores y componentes del sistema. Como resultado, el mercado de infraestructura

de TI tiene dos submercados que van en diferentes direcciones: disminución de la demanda por parte de los compradores empresariales y aumento de la demanda por parte de los proveedores de servicios en la nube.

Kuba Stolarski, director de investigación de Infraestructura de TI en IDC, afirma que "si bien IDC cree que el impacto a corto plazo será significativo, a menos que la crisis siga fuera de control, es probable que esto no afecte a los mercados a partir de 2021, momento en el que veremos una recuperación sólida con las plataformas cloud liderando el camino." ■



MÁS INFORMACIÓN

- [El mercado de servicios de infraestructura cloud ingresa más de 96.000 millones](#)
- [El mercado de infraestructura cloud crece impulsado por los partners de canal](#)
- [La infraestructura obsoleta y los problemas de seguridad impulsan el gasto de TI](#)



SMART CITIES, conectando puntos para crear un futuro más inteligente

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

¿Qué puede hacer el equipo de TI para retomar la actividad post-coronavirus?

Los equipos de TI empresariales están siendo vitales en estos días de confinamiento, tanto por la labor de soporte que están llevando a cabo para ayudar a redimensionar la infraestructura de TI, adecuándola a las nuevas cargas de trabajo para reducir los costes, como por la ayuda que están prestando para adaptarse a las exigencias de la nueva situación mediante la creación de escritorios remotos, la configuración de redes privadas virtuales y de sistemas de videoconferencia, y el despliegue de call centers virtuales.

La empresa de consultoría Linke ha identificado además una serie de iniciativas que el departamento de TI puede impulsar para que sus organizaciones estén en la mejor disposición cuando puedan reanudar sus actividades. Según explica Ricardo Casanovas, jefe tecnológico de la firma, "hemos detectado que el parón em-

A la labor de soporte que está llevando a cabo para ayudar a redimensionar la infraestructura de TI, se suman otras iniciativas, que incluyen monitorizar el nivel de cumplimiento de políticas corporativas y de normativas, analizar el consumo que se realiza de cloud y optimizar los costes, y mejorar infraestructuras, como las de almacenamiento y backup.



presarial allana el camino para llevar a cabo tareas que, en situaciones normales, son más complejas de gestionar o no se acometen debido a la sobrecarga de trabajo del día a día". Entre ellas destacan las siguientes:

1 Implementar controles de calidad y cumplimiento. Se trata de comprobar las distintas configuraciones y monitorizar el nivel de cumplimiento de políticas corporativas y de normativas que tiene la empresa para, si es necesario, emprender acciones de remediación. Esto permite asegurar que se siguen las mejores prácticas en infraestructura, y facilita el arranque de proyectos DevOps.

2 Localizar oportunidades de reducir costes fijos y variables. Es un buen momento para analizar el consumo que se realiza de cloud y tratar de optimizar los costes. En este sentido, el jefe de tecnología de Linke afirma que "estamos ayudando a las compañías poniendo en marcha metodologías que les permitan tener más control y visibilidad de su gasto. Por ejemplo, temas de tagging, segregación de costes por unidad de negocio, estrategias de reserva de instancias y planes de ahorro, etc."

3 Revisar las arquitecturas. La reducción o el parón total de actividad permite analizar las arquitecturas y compro-

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



bar que la empresa dispone de un marco coherente que garantiza la estabilidad de los sistemas, su fiabilidad, rendimiento, seguridad y, todo ello, con los costes optimizados.

4 Agilizar las migraciones. La situación actual está facilitando también a los equipos de tecnología mejorar la gestión interna que conllevan las migraciones a la nube.

5 Mejorar determinadas infraestructuras, como las de almacenamiento y backup, que son críticas para la restauración y continuidad del negocio. ■



MÁS INFORMACIÓN



[El canal de distribución de TI empresarial reacciona ante la crisis](#)



[Beneficios de las implementaciones en la nube para las empresas](#)



[La empresa española ante el COVID-19](#)



INFORME PWC SOBRE LAS EMPRESAS PRIVADAS EN EUROPA

PwC ha estudiado las principales preocupaciones de las empresas privadas europeas, y ha detectado que, entre ellos, el gran problema es la escasez de habilidades, lo que les está impidiendo contratar al talento adecuado para su crecimiento. Asimismo, las empresas privadas europeas consideran la regulación y la burocracia de sus países como una amenaza a su desarrollo, frente a las normativas que les llegan de la Unión Europea.



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

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

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

»»»»»»
»»»»»»



Tecnología

para tu **Empresa**

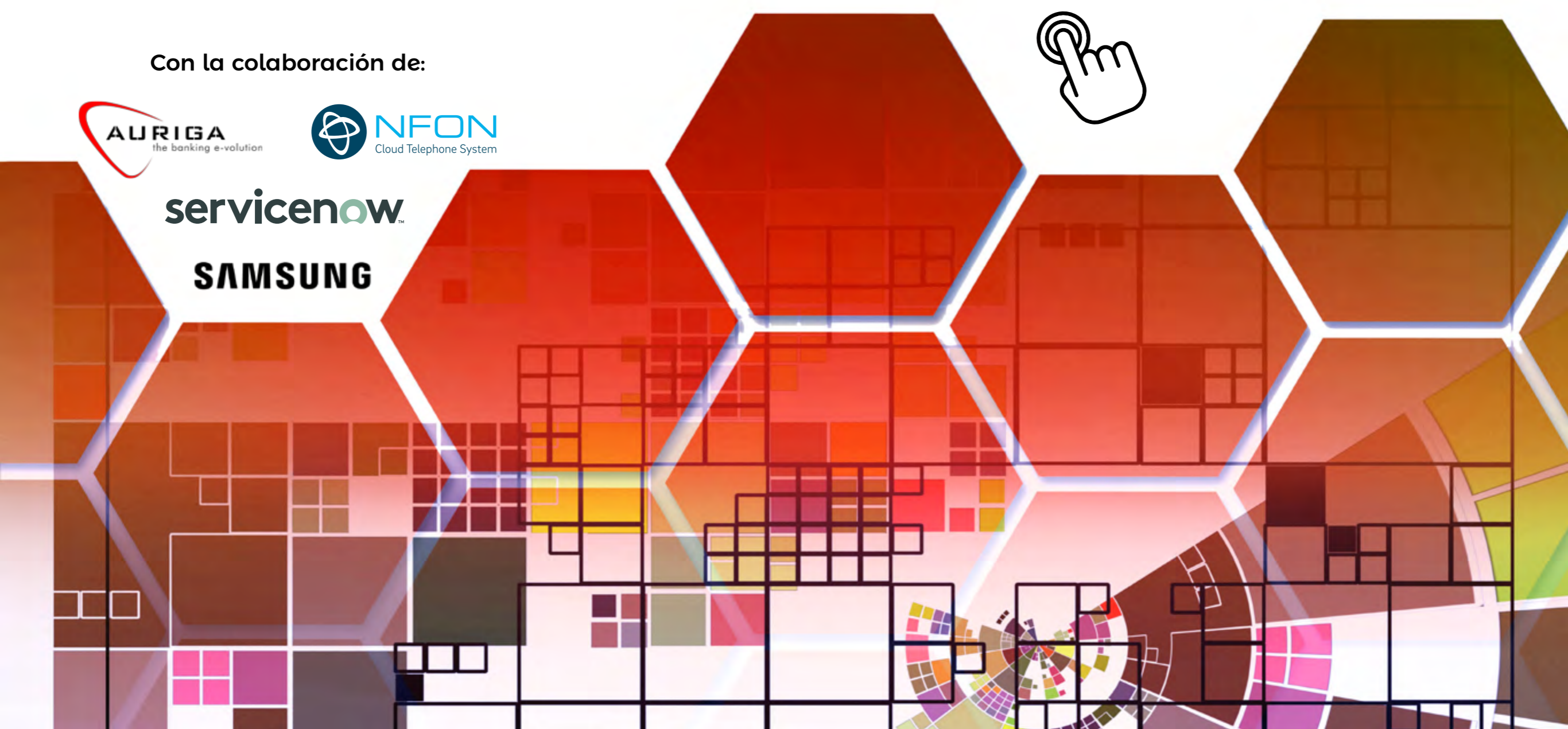
««««««
««««««

Con la colaboración de:



servicenow[™]

SAMSUNG



it Reseller
TECH&CONSULTING
ESPECIALES



**LA CONTINUIDAD DEL NEGOCIO
COMO MÁXIMA PRIORIDAD**

A LA VANGUARDIA DE LA DISRUPCIÓN TRANSFORMANDO LA CONTINUIDAD DEL NEGOCIO

La especial situación que está originando a todos los niveles la pandemia del COVID-19 está poniendo de relieve que la continuidad de los negocios tiene que ir mucho más allá de un simple plan de recuperación ante desastres. Se ha de considerar como lo que es: la estrategia de supervivencia de las empresas. Gestionar las operaciones tecnológicas en un mundo donde las vulnerabilidades, los desastres y las amenazas están a la vuelta de la esquina hace que el acceso remoto y la disponibilidad de los datos y las aplicaciones adquieran suma importancia a la hora de mantener un negocio siempre activo. NetApp cuenta con las claves para afianzar la mejor de las políticas de continuidad de negocio.



Las organizaciones de todo el mundo están tratando de reinventar sus políticas de continuidad de negocio para capear lo mejor posible en estos tiempos impredecibles que estamos viviendo. Y la clave radica en invertir en servicios de datos basados en la nube, lo que ayudará a cualquier compañía a ser proactiva en esta parcela, actuar rápidamente en caso de necesidad, tomar decisiones audaces y garantizar, en definitiva, la continuidad de su negocio.

Cuando surgen circunstancias inesperadas, los responsables de las organizaciones, independientemente de su tamaño, han de responder movilizándose para apoyar a sus empleados, clientes y socios: todo mientras se preparan para lo que pueda suceder después. Y en este contexto entran en liza proveedores como NetApp, preparados para ayudar a garantizar la continuidad y el progreso de los negocios en tiempos de incertidumbre, apoyando a sus trabajadores, clientes y partners en materia de acceso remoto, garantizando la disponibilidad de sus datos y aplicaciones, y evitando interrupciones en su actividad.

PROTECCIÓN DE DATOS Y ACCESO A APLICACIONES

A medida que las organizaciones cada día se tornan más on-line y sus empleados acceden a entornos de teletrabajo, la avalancha de trá-



fico y datos se intensifica. Y la clave estriba en que consigan adelantarse a los desafíos de disponibilidad y rendimiento de aplicaciones que estas nuevas circunstancias generan, racionalizando los ecosistemas donde radican sus aplicaciones y sus datos. La gestión de datos es a menudo el componente más crucial para fomentar el rendimiento de las aplicaciones, moviendo datos entre el almacenamiento local y la nube, y ayudando a garantizar su disponibilidad a través de las distintas nubes.

El negocio de este tipo de organizaciones exige una estrategia específica en torno a di-

versas variables: nube híbrida, seguridad, producción de datos, big data, analítica, etc. Los departamentos de TI requieren de soluciones modernas para desarrollar servicios de datos en la nube híbrida, que se adapten a flujos de trabajo simples y rápidos que respalden las necesidades de las áreas de negocio.

Las empresas se encuentran bajo presión para rediseñar permanentemente sus aplicaciones con objeto de cumplir con las necesidades de sus clientes y mover aplicaciones críticas entre diversos enclaves para evitar interrupciones. El teletrabajo y las car-

gas crecientes sobre los centros de datos sacan a la luz procesos que no están automatizados, lo que puede exigir la presencia física de profesionales. NetApp ofrece soluciones que posibilitan la continuidad de las aplicaciones y la disponibilidad de los datos tanto en modelos cloud como on-premises, con foco en cuatro objetivos:

1 APOYO A LOS TRABAJADORES REMOTOS:

Las empresas de todo el mundo han implementado políticas obligatorias de teletrabajo, pero no todas cuentan con las infraestructuras tecnológicas necesarias para el usuario final (EUC) o para el escritorio virtual (VDI), si desean poder soportar picos de demanda repentinos. NetApp puede ayudar a construir e implementar sistemas EUC (End-User Computing) y VDI (Virtual Desktop Infrastructure) basados en la nube, incluyendo Windows Virtual Desktop y Citrix, y mantener el rendimiento requerido para implementaciones a gran escala. Estas soluciones ayudan a gestionar los recursos compartidos de almacenamiento VDI entre los proveedores cloud a lo largo y ancho de diversas regiones. En la parcela on-premises, NetApp puede soportar a las

organizaciones en la implementación rápida y segura de una infraestructura de acceso remoto escalable, que incluye soluciones para VDI 3D integradas en asociación con NVIDIA para VMware Horizon.

2 ANÁLISIS DE DISPONIBILIDAD EN EL CORTO PLAZO:

Conforme las empresas trasladan su actividad diaria a ecosistemas on-line y sus empleados van haciendo la transición a entornos de teletrabajo, cada vez son más habituales los flujos repentinos de tráfico y datos. NetApp puede ayudar a cualquier organización a proteger y optimizar de manera proactiva su infraestructura de nube híbrida, tras analizar sus tendencias en materia de capacidad para los siguientes 30 días e identificar las aplicaciones que podrían exceder su margen de maniobra o los sistemas de almacenamiento con riesgo de sobrecarga. NetApp ofrece una amplia gama de herramientas para proporcionar visibilidad completa de las infraestructuras, tanto en la nube como en modo local, y realizar ajustes críticos rápidamente. El fabricante ha incorporado nuevos modelos predictivos de riesgos con Active IQ para sistemas que alcanzan límites

NUEVOS MODELOS DE CONSUMO

La adquisición de tecnología puede ser excepcionalmente compleja si se tienen en cuenta los costes relacionados con los datos, la infraestructura, la nube, así como otras muchas tecnologías. NetApp Keystone puede disminuir las complejidades asociadas a la infraestructura de TI y la gestión de su ciclo de vida. Esta solución ofrece un camino claro y fácil de seguir para comprar y administrar tecnología, liberando a los empleados para que se concentren en actividades más relevantes.

Existen dos nuevos modelos de consumo:

- **SERVICIOS DE SUSCRIPCIÓN.** Una alternativa radica en el consumo de los sistemas y el software de NetApp en modo on-premises con modelos de suscripción similares a la nube. A través de un servicio de pago por tarifa mensual, se proporciona la capacidad necesaria al cliente para explotar el rango necesario con flexibilidad para crecer en la nube pública cuando sea conveniente. El cliente elige un nivel de rendimiento (no un sistema); un tipo de servicio de almacenamiento (bloque, fichero u objeto); y quién lo gestiona: él o el proveedor.
- **EN PROPIEDAD.** Para los clientes que desean continuar siendo propietarios y adquirir la tecnología de NetApp con modelos de compra tradicionales, el fabricante ha simplificado radicalmente la experiencia. Ahora es más fácil comprar, optimizar y hacer crecer las soluciones con procesos de configuración y cotización optimizados. Todo a través de un servicio similar a la nube que garantiza eficiencia, rendimiento y disponibilidad. Además, cuenta con información basada en inteligencia artificial para optimizar el estado del sistema; así como un escalado dinámico de sistemas nodo a nodo o mediante la nube pública.

de rendimiento o capacidad para facilitarles la identificación de estos riesgos.

3 GARANTÍA DE DISPONIBILIDAD DE DATOS Y APLICACIONES: Para adelantarse a los desafíos en materia de disponibilidad y rendimiento de las aplicaciones se ha de apostar por la racionalización de los espacios donde residen aplicaciones y

datos. El almacenamiento a menudo juega el papel más crítico en el rendimiento de una aplicación. NetApp puede ayudar a las organizaciones a racionalizar sus infraestructuras de datos y aplicaciones, mover datos entre el almacenamiento local y la nube, y garantizar la disponibilidad de datos a través de las distintas clouds. El software de gestión de datos ONTAP

incluye una gama de capacidades para ayudar a posibilitar la continuidad del negocio, incluida la protección, replicación y disponibilidad continua de datos. Los sistemas AFF de NetApp ofrecen altas dosis de rendimiento y confiabilidad, así como notables servicios de datos e integración en la nube.

4 CONTROL, PROACTIVIDAD Y REDUCCIÓN DEL RIESGO: Las interrupciones se reproducen en numerosos formatos y, en su mayor parte, no están planificadas. ¿Por qué no tomar medidas para ayudar a prepararse y evitar la próxima ola de posibles parones? Esto permitiría a las organizaciones abordar las posibles amenazas antes de que surjan y tomar decisiones más inteligentes sobre su almacenamiento para una gestión de datos óptima. Las evaluaciones continuas de riesgos, las alertas predictivas y la apertura automática de casos ayudan a descubrir y prevenir problemas antes de que ocurran. Desde la nube pública hasta el centro de datos pasando por la oficina remota, factores como la monitorización y optimización de estos entornos puede convertirse en una pesadilla para los administradores de TI. Ahora más que nunca las empresas han de ser proactivas y abordar las posibles incidencias y amenazas antes de que surjan. ■



LA PROPUESTA TECNOLÓGICA SOBRE CONTINUIDAD DEL NEGOCIO MÁS COMPLETA DEL MERCADO

NETAPP CUENTA CON UNA AMPLIA OFERTA TECNOLÓGICA DESTINADA A CUBRIR NUMEROSAS NECESIDADES QUE PUEDE DESARROLLAR CUALQUIER TIPO DE ORGANIZACIÓN EN TORNO A LA CONTINUIDAD DE SU NEGOCIO. ESTA PROPUESTA BASCULA SOBRE TRES ESCENARIOS: **TRABAJADORES REMOTOS, INFORMACIÓN PROVENIENTE DE LA NUBE HÍBRIDA, Y DATOS Y APLICACIONES**

TRABAJADORES REMOTOS

VDI BASADO EN CLOUD

NetApp puede ayudar a cualquier organización a construir e implementar soluciones EUC y VDI basados en la nube, incluyendo Windows Virtual Desktop y Citrix, y mantener el rendimiento requerido para su implementación a gran escala. El servicio Azure NetApp Files and Cloud Volumes posibilita la administración de los recursos de almacenamiento compartido VDI entre los distintos proveedores cloud. Entre otras funcionalidades permite:

- Migrar fácilmente los escritorios persistentes y los datos del directorio de inicio desde las soluciones on-premises.
- Apoyar a los usuarios itinerantes de área cloud a área cloud.

- Evitar los desafíos de la dependencia de un solo proveedor..
- Abordar los requisitos del VDI híbrido.

VDI EN MODO ON-PREMISES

Las soluciones EUC y VDI con tecnología NetApp HCI y FlexPod pueden ayudar a las organizaciones a poner en pie una infraestructura escalable de teletrabajo que permita a los usuarios acceder a aplicaciones y datos desde cualquier dispositivo, en cualquier momento y en cual-

quier lugar. Estos sistemas facilitan las siguientes ventajas:

- Recursos VDI escalables para todo tipo de usuarios a través de servicios similares a los obtenidos vía nube.
- Suministro de cómputo flexible (GPU / CPU) y opciones de almacenamiento (nube, bloque, archivo u objeto).
- QoS dinámica para entornos de aplicaciones múltiples con objeto de evitar problemas del tipo “vecino ruidoso”.



INFORMACIÓN DESDE LA NUBE HÍBRIDA

Para adelantarse a la aparición de todo tipo de picos de tráfico, NetApp puede ayudar a cualquier organización a proteger y optimizar de manera proactiva su infraestructura de nube híbrida. Sus profesionales pueden analizar las tendencias de demanda de capacidad durante un plazo de tiempo específico e identificar aplicaciones que puedan estar funcionando al límite o sistemas de almacenamiento que estén sobrecargados. NetApp cuenta con una amplia gama de herramientas creadas para brindar toda la visibilidad posible de su infraestructura tecnológica, tanto la que reside en la nube como en sus instalaciones. Estas son algunas de las más significativas:

NETAPP CLOUD INSIGHTS dota de visibilidad sobre la infraestructura completa de un cliente, indistintamente del número de proveedores y nubes que tenga. Sus capacidades avanzadas de recopilación de datos y análisis le permiten monitorizar, solucionar problemas y optimizar todos sus recursos, desde nubes públicas hasta sus centros de datos privados.

NETAPP ACTIVE IQ refleja el estado de todos los sistemas NetApp con los que cuenta el cliente. Alimentado por datos de telemetría de más de 300.000 sistemas, Active IQ emplea inteligencia artificial y análisis predictivo para brindar una guía prescriptiva sobre cómo optimizar proactivamente las infraestructuras.

NETAPP ACTIVE IQ UNIFIED MANAGER permite supervisar el estado, la disponibilidad, la capacidad, el rendimiento y el estado de protección de datos de sus sistemas AFF y FAS locales.

Además, NetApp cuenta con una serie de servicios de protección de datos y evaluación de seguridad, creados para descubrir la exposición al riesgo de las empresas, las brechas de seguridad y las vulnerabilidades para los entornos ONTAP. Estos servicios suministran la información que necesitan las organizaciones para garantizar la protección de sus datos y optimizar su seguridad, reduciendo las interrupciones de actividad y manteniéndoles actualizados con respecto a los requisitos cambiantes de seguridad y el cumplimiento normativo para evitar riesgos futuros.

SERVICIOS DE DATOS

NetApp dispone de una amplia gama de servicios de datos:

PROTECCIÓN DE DATOS, REPLICACIÓN Y DISPONIBILIDAD

CONTINUA: El software de administración de datos ONTAP puede simplificar la protección de datos con la gestión de políticas de configuración y eliminación, al tiempo que brinda continuidad de negocio (MetroCluster) y objetivo de punto de recuperación cero (RPO) para datos críticos de las aplicaciones. ONTAP SnapMirror ofrece replicación de datos rápida, eficiente y basada en matrices para copias de seguridad, recuperación ante desastres y movilidad de datos. MetroCluster proporciona, por su parte, disponibilidad continua para proteger los datos mediante la implementación de dos clústeres duplicados físicamente separados.

SINCRONIZACIÓN DE DATOS:

NetApp Cloud Sync permite un servicio de replicación y sincronización seguro, rápido y automatizado para transferir datos entre almacenes de objetos en la nube y on-premises.

MOVILIDAD DE DATOS: NetApp ONTAP se puede implementar en modo on-premises (en sistemas AFF y FAS) y en la nube (Cloud Volumes ONTAP) para permitir una gestión de datos simplificada sobre nube híbrida. Se pueden mover datos a las tres nubes públicas principales y luego volver a moverlos a las instalaciones propias, lo que ayuda a construir una arquitectura sólida de recuperación ante desastres.

TIERING DE DATOS AUTOMATIZADA:

ONTAP FabricPool permite agrupar datos en frío entre sitios y nubes según las políticas corporativas establecidas, y agregar rápidamente la capacidad de la nube al tiempo que libera capacidad de alto rendimiento AFF all-flash para consolidar más aplicaciones empresariales.



COMDATA GROUP VIRTUALIZA SUS PUESTOS DE TRABAJO DE LA MANO DE NETAPP Y LIDER IT

LA COMPAÑÍA ESPECIALIZADA EN SOLUCIONES DE CONTACT CENTER HA CONFIADO EN EL PARTNER TECNOLÓGICO LIDER IT PARA DESARROLLAR UN PROYECTO DE VIRTUALIZACIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO SOBRE LA SOLUCIÓN HCI DE NETAPP. LA INICIATIVA HA PERMITIDO NO DEJAR DE DAR SOPORTE A LOS CLIENTES DURANTE EL ESTADO DE ALARMA DECRETADO POR EL COVID-19, YA QUE SUS EMPLEADOS HAN PODIDO SEGUIR TELETRABAJANDO DE FORMA EFICIENTE Y SEGURA.



Comdata Group es un grupo internacional con presencia en numerosos países europeos y latinoamericanos, especializado en servicios de Contact Center. Con 75 centros operativos a nivel global y más de 42.000 empleados, los pilares de la compañía están basados en una infraestructura tecnológica muy potente para dar vida a los servicios que ofrece. Dentro de su plan de innovación Comdata se había marcado un proyecto de virtualización de los puestos de trabajo del grupo, con objeto de modernizar de una manera eficaz su infraestructura, formada por un número muy elevado de puestos de trabajo (basados en PCs tradicionales), y transformarla a tecnología VDI.

Para ello, Comdata Group confió en LIDER IT, como partner tecnológico, y la solución HCI de NetApp, una infraestructura de cloud híbrida que simplifica la gestión y permite escalar los recursos de computación y de almacenamiento de forma independiente y con garantía de servicio. Además, esta plataforma proporciona la posibilidad de acceder a todos los datos en cualquier cloud público, privado o híbrido, lo que revierte en una mayor flexibilidad, rendimiento y eficiencia.

Según José Luis García de los Ríos, CIO en Comdata Group para España & LATAM, “para confirmar a los clientes que podemos operar sus servicios desde cualquiera de nuestras sedes, garantizando al 100% su continuidad de negocio ante cualquier problema, es absolutamente necesario contar con una tecnología muy potente que asegure en cualquier entorno las cargas de trabajo”. “Pero, además -continúa el directivo- es el único modo de tener venta-

jas competitivas en este mercado actual, tan exigente y globalizado. Y por ello, decidimos acometer un proyecto de mejora de nuestras infraestructuras globales a través de la virtualización de los puestos tradicionales de PC”.

El resultado de todo este proceso ha sido la implantación en Comdata Group de una infraestructura virtualizada escalable, fiable y de gran rendimiento. La tecnología de NetApp ha podido garantizar a los clientes del grupo la operatividad de todos sus servicios desde cualquiera de las sedes de la empresa, asegurando además la continuidad del negocio ante cualquier incidencia. Además, la compañía ha podido garantizar la seguridad de sus más de 50.000 empleados repartidos por todo el mundo, 7.000 en España, que pueden teletrabajar de forma sencilla y eficiente durante el período de confinamiento puesto en marcha por los diferentes gobiernos por el COVID-19. ■

PAPEL DEL PARTNER

Para su despliegue, Comdata se apoyó en LIDER IT como integrador de esta solución, un partner que finalizó con éxito el proyecto sin afectar en ningún momento a la producción diaria de la compañía. Ésta es precisamente una de las claves que ha marcado todo el proceso de virtualización de los puestos de trabajo de Comdata. Así lo explica Tomás Martín Martín, Socio-Director del Departamento de Sistemas en LIDER IT: “Al desarrollarse el proyecto en el core del negocio de Comdata, el principal reto fue ofrecer una solución fiable, de gran rendimiento y que causara el menor impacto en su implantación, evitando interrupciones de cara al servicio al cliente”. “En este sentido -asegura Martín- la tecnología HCI de NetApp ha permitido un crecimiento de la infraestructura en función de las necesidades de cómputo y almacenamiento de la compañía, al tiempo que le ha aportado una solución muy robusta que asegura la eficiencia de las cargas de trabajo en cualquier circunstancia”.



**JAIME BALANÁ, DIRECTOR TÉCNICO
DE NETAPP ESPAÑA**

“ESTAMOS AYUDANDO CONJUNTAMENTE A LOS CLIENTES A ASEGURAR LA CONTINUIDAD DE SUS NEGOCIOS”

Allá por 2011 Altimate se convertía en socio de NetApp en España, distribución que pasó a formar parte de Arrow ECS cuando al año siguiente esta compañía adquiría al mayorista especializado en datacenter, seguridad y networking. En aquel momento Arrow ECS contaba con un equipo de tres personas dedicadas a NetApp y la realidad es que, a día de hoy, son 16 los profesionales de corte preventa, comercial y soporte los que engrosan este equipo. Tamaño incremento es tan solo un ejemplo de la estrecha relación que sostienen ambas organizaciones y que en la actualidad, da-



**ANDRÉS REYES, BRAND MANAGER
EN ARROW ECS ESPAÑA**

das las complejas circunstancias que estamos padeciendo, trabajan si cabe más unidos que nunca para dar respuesta a las crecientes necesidades en materia de continuidad de negocio de sus clientes. Jaime Balañá, Director Técnico de NetApp España, y Andrés Reyes, Brand Manager en Arrow ECS España, nos explican todos los detalles en la siguiente entrevista.

¿Cuáles son los principales hitos de la relación de colaboración de NetApp y Arrow en España?

JAIME BALANÁ: Ha habido muchos. En 2011 Arrow se convirtió en partner de formación oficial de NetApp en España, y dos años después recibió el premio al Mejor Partner de NetApp en EMEA. Pero quizá el más significativo haya sido el crecimiento continuo del 25-30% que hemos experimentado juntos año a año, sin ninguna excepción. El éxito en la relación es indudable.

ANDRÉS REYES: Además, a finales del año pasado nos convertimos en el único mayorista de NetApp en España, entre otras cosas, por el trabajo conjunto de todos estos años y por nuestro carácter paneuropeo

¿Qué número de canales operan con Arrow en pos de la tecnología de NetApp? ¿Cuáles son sus perfiles?

A.R.: Interlocutamos cada año con entre 80 y 85 partners. Desde los mayores proveedores de servicios a los partners más especializados que conocen a la perfección lo que NetApp puede aportar a sus clientes.

¿Cuáles son las principales iniciativas que ha puesto en marcha NetApp en España con motivo de la crisis sanitaria actual, así como con relación a la situación económica que se nos viene?

J.B.: A nivel global estamos actuando en dos líneas fundamentales: asegurar la propia continuidad de negocio de NetApp y garantizar la de nuestros clientes.

En el primer ámbito nos volcamos en 3 áreas: por un lado, en garantizar la seguridad de nuestros empleados, cerrando oficinas, restringiendo viajes, cancelando eventos presenciales y transformándolos en virtuales, promocionando reuniones virtuales...; por otro lado, en asegurar que nuestro servicio y soporte 24x7 sigan funcionando, incluso en remoto desde casa del técnico; y, por último, en tratar de mitigar el impacto en la cadena de suministro, no solo de equipos nuevos sino también de reemplazo de piezas para soporte. Este es un asunto más complejo porque dependemos de los gobiernos locales donde residen las fábricas donde producimos esas piezas, y por ello

LA ESTRATEGIA DE ARROW EN CONTINUIDAD DE NEGOCIO

La visión de Arrow ECS en materia de continuidad de datos y aplicaciones se asienta sobre una red de profesionales cualificados, capacitados para tejer ofertas entre los distintos fabricantes con los que cuenta (almacenamiento, seguridad, infraestructura, puesto de trabajo, etc.). En este sentido también resultan muy significativos los acuerdos suscritos con distintos proveedores de cloud pública a gran escala, lo que, en suma, le permite dotar a sus clientes de una propuesta completa que pueden arrancar desde el punto que necesiten. “Este factor es el que nos hace diferentes con respecto a nuestra competencia”, subraya Andrés Reyes.

contamos con un plan de mitigación para trabajar con los gobiernos, los proveedores y los agentes logísticos. A día de hoy no sufrimos ningún problema de carencia de piezas, aunque sí algún retraso puntual como resulta lógico.

En lo que concierne a garantizar la continuidad del negocio de nuestros clientes contamos con soluciones que a su vez les ayudan a dar respuesta a los suyos. Soluciones que les permitan que sus empleados puedan trabajar rápidamente en remoto con Windows

virtual Desktop, Citrix o VMware Horizon; que les ayuden a disponer de recursos de forma segura dimensionados para cada carga, con escritorios virtuales o bases de datos que necesitan una carga específica; o para clientes que demandan recursos para entornos muy complejos y variedad de cargas con aplicaciones específicas de diseño gráfico o bases de datos con picos de actividad concretos.

A nivel local nos reunimos frecuentemente para estudiar nuevas fórmulas de actuación ante esta situación y hemos arrancado alguna iniciativa específica como prorrogar los plazos de vencimiento en las obligaciones de pago de los clientes.

¿Cuáles son las acciones más relevantes que ha lanzado Arrow en España con motivo de la pandemia?

A.R.: Hemos monitorizado lo que ocurría desde bastante pronto con objeto de que la operativa habitual no variara. De cara a nuestro canal, y de la mano de NetApp, hemos potenciado todo aquello que ya estábamos haciendo, amoldándolo a cada momento. Entre los puntos críticos se encuentra el apoyo preventa al canal, junto a la formación y la certificación. En definitiva, todo lo que tiene que ver con la visibilidad del producto. Al no poder realizar ninguna iniciativa en modo presencial, aspecto que tanto nos ca-

LA PROPUESTA DE NETAPP PARA LA CONTINUIDAD DE NEGOCIO

NetApp cuenta con una amplia oferta en materia de continuidad de las aplicaciones y disponibilidad de los datos tanto en modo cloud como on-premises para procesos y herramientas DevOps. Se divide en varias áreas:

VIRTUAL DESKTOP COMPUTING (VDI) O END-USER

COMPUTING (EUC): Ofrece un entorno de trabajo perfectamente válido en remoto, integrando sus soluciones con VMware, Citrix y Microsoft Windows.

RECURSOS PARA MILES DE USUARIOS DE FORMA SEGURA,

NetApp y Cisco han unido sus fuerzas para crear FlexPod® VDI, una solución de instalación en servidores internos para hacer posibles los entornos de aprendizaje y de escritorios virtuales. En este caso también aplica la

relación de colaboración que NetApp sostiene con Citrix como proveedor del software y servicios para el despliegue de escritorios virtuales de forma rápida y sencilla.

SERVICIOS PARA SISTEMAS COMPLEJOS Y AVANZADOS

como NetApp HCI para segmentar el rendimiento de cada una de las cargas.

Como explica Jaime Balañá, “en entornos mixtos estamos observando que en ambos ámbitos las infraestructuras tienen que estar muy relacionadas, moviendo cargas del on-premises a la nube permanentemente”. En el primer ámbito se están encontrando, por un lado, con clientes que montaban infraestructura en sus centros de datos y que ahora han de hacer más con

menos, para lo que sirven de mucha ayuda las soluciones all-flash de NetApp; y, por otro, con aquellas empresas que están montando un cloud privado, y que ha de gozar de sencillez de uso y flexibilidad, para lo que resulta óptimo NetApp HCI, que permite escalar cargas de manera sencilla y automatizada. Por otro lado se encuentran las empresas que optan por la opción cloud pura, y que han de disfrutar del mismo rendimiento que un data center, y contar con servicios de datos cloud nativos en el escenario que se quieran manejar. Net-App también ofrece servicios de monitorización y operación de infraestructuras cloud u on-premises, así como soluciones de protección y backup más allá de lo que proporciona Office 365.

racteriza en España, hemos trasladado todo nuestro porfolio de formación a formato remoto. No hemos perdido ninguna sesión, de hecho, las hemos incrementado con jor-

nadas más rápidas. En lo que concierne a la certificación nos hemos apoyado en una iniciativa realmente apropiada de NetApp, consistente en retrasar seis meses el plazo

para cumplir con los criterios de certificación de los partners y que así puedan mantener esas certificaciones.

Al margen de las ya explicadas, ¿han emprendido NetApp y Arrow acciones conjuntas al respecto?

J.B.: En temas de formación, como se ha explicado, y también haciendo énfasis en la parcela de comunicación y marketing digital para mantener bien informados a canales y clientes sobre nuestras principales novedades. Además, cabe destacar que todas las nuevas campañas de ventas incluyen una propuesta de financiación específica que les puede ayudar especialmente en estos momentos.

Cualquier organización, indistintamente de su tamaño, ha de contar con un plan de continuidad de negocio para combatir circunstancias tremendamente adversas como esta pandemia. ¿Cuál es el estado de madurez de las empresas española en materia de continuidad de negocio con respecto a otros países de nuestro entorno?

J.B.: Como afirmas el espectro de empresas es muy amplio, y nos encontramos desde grandes compañías que tenían planes implantados de contingencia con todo controlado, hasta aquellos a los que les ha pillado

“NUESTROS CLIENTES HAN DE SABER QUE GRACIAS A NUESTRAS SOLUCIONES Y SERVICIOS ESTAMOS PREPARADOS PARA SOPORTAR A TODOS SUS USUARIOS REMOTOS, DARLES SERVICIO Y EVITAR CUALQUIER DISRUPCIÓN O AFRONTARLA EN CASO DE QUE SE HAYA PRODUCIDO”

el toro. Sí nos hemos dado cuenta que la sociedad española es muy madura y contamos con un nivel de vida y prestaciones muy alto. Para muchas empresas las prioridades han cambiado en los últimos dos meses y la transformación digital que iba a tener lugar en dos años se ha acelerado en apenas dos semanas.

A.R.: Mi percepción es que todos éramos muy conscientes de que esos planes de contingencia eran importantes, aunque fuera por cumplir, pero ahora esta situación nos ha demostrado a todos, por las malas, las ventajas de contar con planes de contingencia creados y testados para maniobrar a la mayor celeridad.

¿Cuáles son los verticales más avanzados al respecto?

J.B.: Los proveedores de servicios y comunicaciones, así como los sectores sanitario o logístico, son los que entiendo que más están notando esta nueva complejidad.

A.R.: Efectivamente, aquellos cuya continui-

JAIME BALANÁ, DIRECTOR TÉCNICO DE NETAPP ESPAÑA

dad de negocio en toda circunstancia resultaba vital, como banca o proveedores de servicios, habrán podido reaccionar de manera más dinámica. Pero para los que era una mera opción, estarán sufriendo más. ■

CONTENIDO RELACIONADO

[NetApp mejora su cartera de servicios de datos en la nube con la compra de Talon](#)

[Arrow es reconocido con el premio Distribuidor del Año de NetApp](#)

[Arrow lanza Divergente para dar voz y soporte a la comunidad preventiva](#)

[Arrow ECS es reconocido por NetApp como Distribuidor del Año en EMEA](#)

SI TE HA GUSTADO ESTE ESPECIAL, COMPÁRTELO



 NetApp 

Movilícese y asegure la continuidad del negocio

Mantenga a sus empleados
conectados a apps y datos.



El papel de canal en seguridad: retos y oportunidades marcados por la seguridad como servicio



La seguridad es cada día más esencial en el mundo de los negocios, pero, a la vez, y pese a que las soluciones tratan de ser lo más sencillas de utilizar posible, conseguir una protección adecuada es cada día más complejo.

A diario se incrementan el número de amenazas y se multiplican los vectores y formas de ataque, lo que hace imprescindible un conocimiento como el que el canal de distribución puede aportar, más si cabe en un momento en que el consumo de seguridad como servicio se está incrementando de forma exponencial.

Los partners de canal continúan afrontando tres barreras importantes dentro del mercado de ciberseguridad: restricciones presupuestarias, conocimiento limitado de la solución del cliente y tiempo limitado para investigar y comprender nuevas amenazas. El 65% compran las soluciones de seguridad directamente al proveedor.

Y es que Untangle ha publicado los resultados del informe Voice of the Channel, que analiza las tendencias y barreras actuales a las que se enfrentan partners de canal cuando protegen a los clientes contra amenazas emergentes. De acuerdo con el estudio, el 23% de los partners encuestados cree que la falta de conocimiento del cliente es la barrera número uno en el mercado de la ciberseguridad, seguida de las restricciones presupuestarias (22%) y el tiempo limitado para investigar y comprender nuevas amenazas (13%). Sobre las amenazas detectadas, los partners iden-

tificaron que sus clientes fueron específicamente atacados por phishing (84%), malware (84%) y ransomware (63%).

En 2019, los encuestados declararon que proporcionar soluciones de ciberseguridad representaba más del 50% de su negocio general, en comparación con 2018, donde el 77% de los encuestados declararon que la ciberseguridad aportaba menos del 30% de su negocio. El informe señala asimismo que el 65% de los partners de canal compra soluciones de ciberseguridad directamente de un proveedor.

Por otra parte, el 27% de los partners cree que mover datos de clientes y clientes a la nube ofrece una mejor seguridad que las soluciones on-premise. El precio (36%), la experiencia limitada (26%) y la falta de confianza (20%) son las principales barreras que experimenta el canal cuando sus clientes comienzan o consideran adoptar soluciones de seguridad en la nube.



De cara a 2020, las mayores amenazas que el canal espera encontrar son ransomware (46%) y phishing (25%). Las futuras ofertas de productos incluirán el Cumplimiento como Servicio (CaaS) para clientes que requieren informes y regulaciones adicionales, como escuelas, bibliotecas, instituciones financieras y oficinas gubernamentales. El 35% de los partners de canal están considerando agregar la gestión de identidad y accesos, junto con la gestión de riesgos y cumplimiento, a su cartera de productos este año.

SEGURIDAD, UNO DE LOS MOTORES DEL GASTO TIC EN EUROPA

De acuerdo con IDC, la disminución de la demanda debido al confinamiento y a la ruptura de la cadena de suministro son los dos factores que más pesan sobre la inversión. No obstante, en determinadas áreas el gasto crecerá. Es el caso de soluciones específicas y determinados casos de uso, como videoconferencias, suministro inteligente, chatbots y plataformas de aprendizaje electrónico, entre otros, que demuestran cómo la tecnología puede ayudar a las empresas y las sociedades a enfrentarse y superar la pandemia del coronavirus.



Por sectores, salud y gobierno, sobre todo, se verán obligados a acelerar las inversiones TI impulsando la implementación de infraestructura y herramientas de colaboración, aunque no sucederá antes de la segunda mitad del año. Además, según los resultados preliminares de la encuesta realizada por IDC sobre intención de compra entre los decisores de tecnología europeos durante el brote y expansión de COVID-19, los servicios y herramientas colaborativas (videoconferencia, email...), así como las inversiones en torno a dispositivos y la seguridad serán las tres áreas con más previsión de gasto durante este periodo excepcional.

El impacto del COVID-19 sobre el mercado global de servicios de TI empresarial se ralentiza, aunque sigue en la senda positiva de crecimiento, si bien está teniendo un importante efecto en el reparto del presupuesto de TI de las organizaciones. Con respecto a Europa, la previsión de crecimiento de gasto TIC para 2020 ha sido revisada a la baja, pasando del 3,3% al 1,4% en el escenario más probable.

LOS MSP PONEN FOCO EN LA CIBERSEGURIDAD PARA EXPANDIR SUS OFERTAS

Dos de cada tres proveedores de servicios gestionados esperan expandir su oferta de servicios este próximo año. Mientras que un segmento ya se ha convertido en especialistas en seguridad o proveedores de servicios de seguridad gestionados (MSSP), el ámbito de la ciberseguridad es rico en oportunidades, junto con IoT gestionado.

La especialización en ciberseguridad y los servicios vinculados a Internet de las cosas lideran la próxima ola de ofertas de tecnología de los proveedores de servicios gestionados (MSP), según un nuevo infor-



me de CompTIA. Dos tercios de los MSP encuestados esperan expandir su cartera de servicios durante el próximo año.

Sus planes de expansión llegan en un momento en que el desempeño del mercado ha sido sólido o excelente para la gran mayoría de los MSP (85%) durante los últimos dos años. Mirando hacia los próximos dos años, la mayoría de los MSP esperan registrar un desempeño sólido (40%) o excelente (44%).

Si bien un segmento de MSP tradicionales ya se ha convertido en especialistas en seguridad o proveedores de servicios de seguridad gestionados (MSSP), el ámbito de la ciberseguridad es rico en oportunidades. La creciente necesidad de experiencia en ciberseguridad se identifica como el principal impulsor del desempeño positivo de los MSP, según el 52% de las empresas encuestadas.

"Mantener el ritmo de la sofisticación de los cibercriminales que intentan robar datos, piratear sistemas y extorsionar requiere habilidades avanzadas que muchas organizaciones, especialmente las pequeñas empresas, no tienen", explica Carolyn April, directora sénior de análisis de la industria de CompTIA. "Necesitan ayuda, y un MSP o MSSP que tenga esas habilidades seguramente tendrá una gran demanda y un precio superior".



EL GASTO EN CIBERSEGURIDAD EN ESPAÑA CRECERÁ UN 6% ESTE AÑO

El dato se ha convertido en el epicentro del negocio y del cibercrimen, destacando la importancia de la confianza digital. Así lo cree IDC Research España, que en su evento IDC Cybersecurity 2020 ha desvelado que en los próximos cinco años el 25% del gasto en servicios de seguridad se destinará a desarrollar, implementar y mantener un "framework de confianza".

"Existe una gran preocupación por la gestión del riesgo, la influencia de la regulación está ganando enteros, así como la seguridad y la confianza desde el diseño y por defecto, ya que la experiencia

del usuario es la prioridad", explica José Antonio Cano, director de análisis de IDC Research España, quien añade que "el nuevo rol del responsable de ciberseguridad pasa por cumplir cinco requisitos: garantizar los niveles de seguridad, orquestar la estrategia de ciberseguridad, facilitar el escenario multicloud, crear servicios personalizados y concentrar la tecnología. Es decir, no basta con tener las herramientas y el conocimiento, sino que el CISO a partir de ahora debe cultivar la cultura digital".

IDC Research España ha desvelado que el gasto en ciberseguridad en España alcanzará los 1.381 millones de euros en

Sobre las **amenazas detectadas**, los resellers identificaron que sus **clientes fueron específicamente atacados por phishing (84%), malware (84%) y ransomware (63%)**

2020 lo que va a suponer un incremento del 6% con respecto a 2019 y un crecimiento medio anual del 5,8% en el período que abarca del 2019 al 2022. Por sectores, los servicios de seguridad gestionados acapararán el 27% junto con los servicios de integración con un 25, mientras que el software de identidad digital y confianza aparecen en el ranking con un 4%, lo que desvela la tendencia al alza de la confianza digital que ya empieza a despuntar como prioridad entre los CISO de nuestro país.

Según IDC Research España son tres los desafíos a los que los CISO van a tener que responder en 2020: la excelencia en la seguridad operacional, la gestión del riesgo para generar impacto comercial y una confianza digital que permita la transformación digital. "Como consecuencia, el CISO debe ir más allá del conocimiento y experiencia técnica para involucrarse directamente en el negocio", aclara José Antonio Cano.

Los CISO del futuro no lo van a tener fácil pues deben ser gestores del riesgo, manejadores de crisis, habilitadores de confianza, contar con dotes de comunicación y poseer business skills. Para la consultora tecnológica española, el 2022 será el punto de corte para que



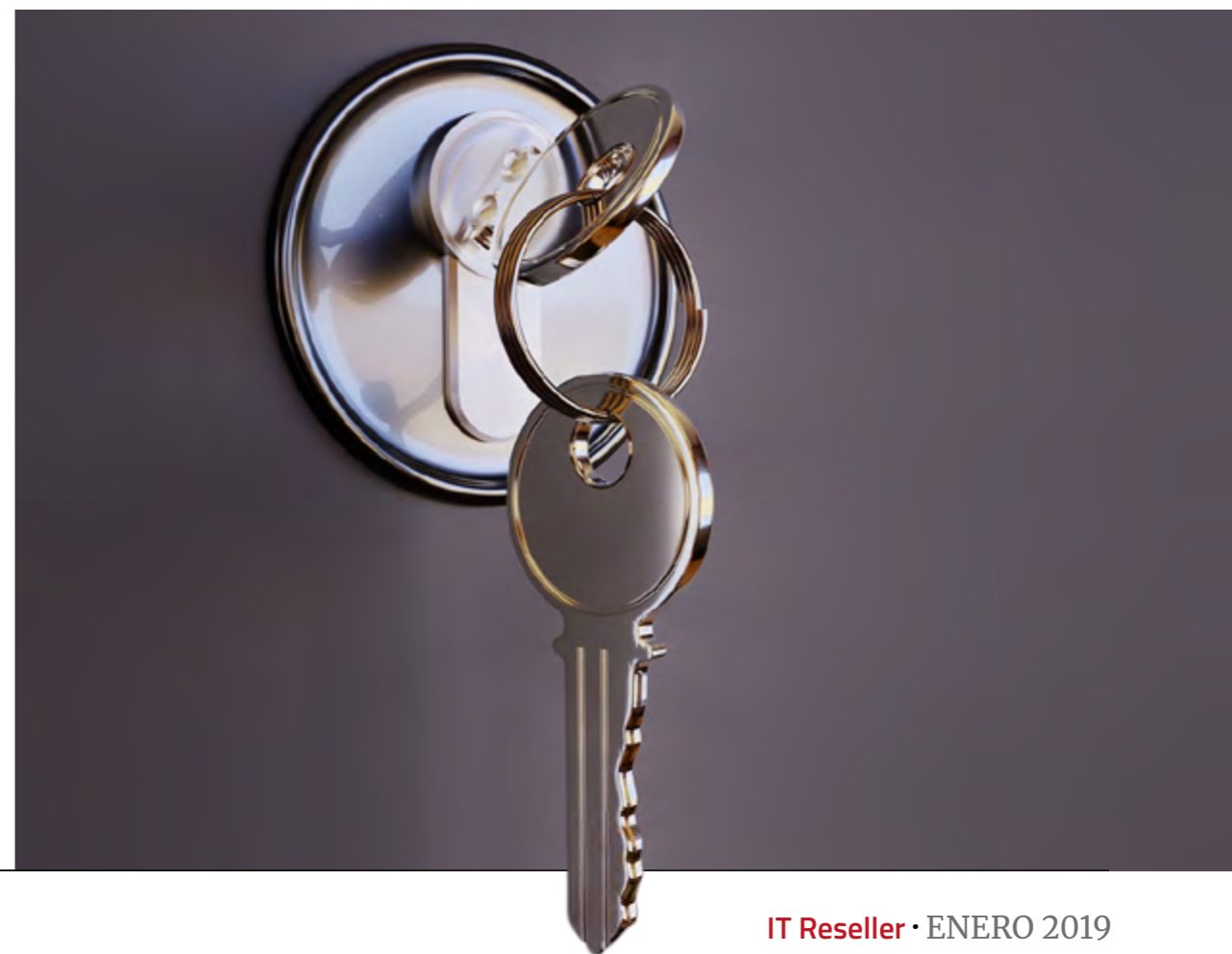
los CISO se establezcan como líderes empresariales que puedan proporcionar confianza digital.

LA OPORTUNIDAD DEL MODELO MULTICLOUD

Las empresas de EMEA están liderando la adopción de entornos multi-cloud. Así lo indica la sexta edición del informe anual el [Estado de los Servicios de Aplicación \(SOAS\) de F5 Networks](#), que señala que el 88% de las organizaciones en EMEA afirman estar ya sacando partido a los entornos multi-cloud, frente al 87% de las empresas del continente americano y al 86% de la región APCJ. Asimismo, el 27% de las empresas de EMEA dicen que a finales de este año tendrán más de la mitad de sus aplicaciones en la nube.

Estos datos abren una oportunidad clara en el entorno de la ciberseguridad. Así, el 70% considera que es muy importante poder implementar las mismas políticas de seguridad tanto on-premise como en la nube. Asimismo, el informe señala que

El 23% de los resellers cree que la falta de conocimiento del cliente es la barrera número uno en el mercado de la ciberseguridad, seguida de las restricciones presupuestarias (22%) y el tiempo limitado para investigar y comprender nuevas amenazas (13%)



el mayor reto en la gestión de aplicaciones en entornos multi-cloud para las empresas europeas es el cumplimiento normativo (33%), algo que no es extraño debido a la entrada en vigor del Reglamento General de Protección de Datos (GDPR); también les preocupa la aplicación de políticas de seguridad consistentes en todas las aplicaciones (30%) y la protección contra amenazas emergentes (28%).

Y es que la aplicación de políticas de seguridad consistentes en todos los en-

torios se muestra algo complicado de alcanzar debido a la gran diversidad de arquitecturas existentes, por lo que se hace evidente que el conocimiento y la experiencia que puede aportar el canal de distribución es fundamental para las empresas en su evolución.

Cuando se trata de seguridad, solo un 15% piensa que será capaz de resistir un ataque dirigido la capa de aplicación en la nube pública. Este porcentaje sube al 30% si hablamos de entornos on-premise. Asimismo,

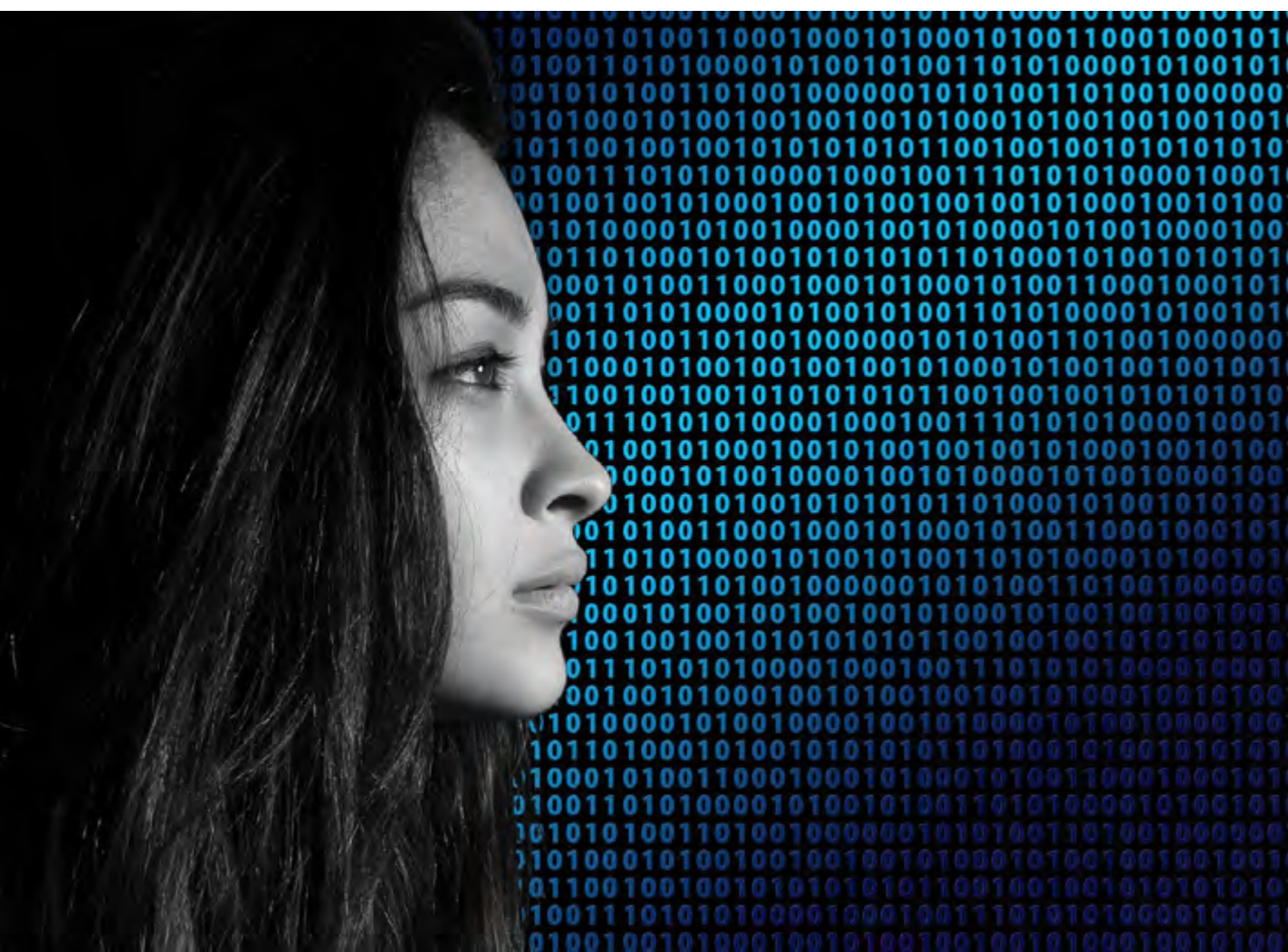
un 66% de los encuestados europeos afirman estar sufriendo una escasez de profesionales especializados en seguridad cloud.

El informe de F5 también preguntó a los encuestados que disponían de firewalls de aplicaciones web (WAF) implementados cómo era el proceso de decisión en la protección de las aplicaciones. Así, para el 30% de los profesionales DevOps, el factor determinante es el grado de criticidad de los datos de la aplicación. Un 23% responde que las decisiones se toman de acuerdo al criterio de un equipo de seguridad centralizado y para un 18% el factor clave es el tipo de usuario (interno o externo) de la aplicación. Para los profesionales que no pertenecen a equipos DevOps, el principal factor es el compliance (28%), seguido de la sensibilidad de los datos (27%). Todos coinciden en que la seguridad es el elemento más relevante a la hora de implementar una aplicación, pero para los DevOps es más importante la disponibilidad (25% frente al 21%) y el rendimiento (10% frente al 8%) que para el resto.

EL MERCADO DE CIBERSEGURIDAD INGRESARÁ 151.200 MILLONES EN TRES AÑOS

La creciente gama de amenazas y requisitos de seguridad ha obligado a las

**Los MSP
tienen espacio
para crecer
en algunas de
las soluciones
y ofertas de
seguridad más
avanzadas**



empresas y organizaciones de todo el mundo a intensificar sus inversiones en nuevas soluciones de seguridad. Según la investigación de Precise Security, se espera que el mercado global de seguridad de la información registre una tendencia al alza notable en los años siguientes, lo que dará como resultado un volumen de ingresos 151.200 millones para el año 2023.

El mercado de tecnología de seguridad de la información incluye software, hardware y servicios relacionados con la seguridad. Las encuestas recientes muestran que los ingresos del mercado global alcanzaron 106.600 millones en 2019, lo que representa un aumento del 10,7% respecto al año anterior. Según las estadísticas, se espera que todo el mercado de tecnología de seguridad de la información crezca a una tasa compuesta anual del 9,4% hasta 2023.

Con más de 47.000 millones de dólares de inversión en 2019, los servicios de seguridad representan el flujo de ingresos más significativo. Este segmento del mercado incluye servicios de seguridad gestionados, servicios de integración y consultoría, educación y capacitación. Se espera que experimente el mayor crecimiento del gasto con una tasa compues-

ta anual a cinco años del 11,2%. El software es la segunda fuente de ingresos más grande, generando cerca de 38.000 millones de ingresos durante el último año. Con 21.000 millones en ingresos en 2019, el gasto en hardware fue la tercera fuente de ingresos más grande.

Por sector de actividad, se espera que la banca gaste más en soluciones de seguridad, seguida por la fabricación discreta y el gobierno. Los datos de 2019 muestran que estos mercados representan casi el 30% del gasto total en seguridad a nivel mundial, con los servicios de seguridad gestionados como su gasto más alto. Se espera que el sector público, las telecomunicaciones y las industrias de recursos experimenten el crecimiento de gasto más rápido en los años venideros.

Con unos ingresos de 21.000 millones en 2019, los servicios de seguridad gestionados fueron la categoría de tecnología de seguridad más lucrativa a nivel mundial, seguidos por el hardware de seguridad de red, los servicios de integración y el software de seguridad endpoint. Según las estadísticas, los próximos años traerán inversiones intensivas en análisis de seguridad, inteligencia, software de respuesta y orquestación, que se espera que crezcan un 10,5% anual hasta 2023. ■



MÁS INFORMACIÓN



[IDC Cybersecurity 2020](#)



[Estado de los Servicios de Aplicación, F5 Networks](#)



[Untangle: Voice of the Channel](#)

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



Nuevas oportunidades para los proveedores de servicios en seguridad avanzada

Los MSP se sienten cómodos con los conceptos básicos de seguridad, como antivirus, copias de seguridad y firewalls, si bien tienen espacio para crecer en algunas de las soluciones y ofertas de seguridad más avanzadas. También están aumentando el uso de la automatización para manejar tareas diarias, como la administración de parches y las copias de seguridad.

SolarWinds ha publicado los hallazgos de su informe "Tendencias 2019 en servicios gestionados", que muestra la salud de los servicios gestionados y las fuerzas que configuran el mercado en América del Norte y Europa. Los resultados muestran que los MSP se sienten

cómodos con los conceptos básicos de seguridad, como antivirus, copias de seguridad y firewalls. En Europa, los encuestados se sentían más cómodos ofreciendo y usando antivirus (93%), backup y recuperación de datos (82%), firewalls (82%) y antispam (80%) como soluciones.

Sin embargo, los MSP tienen espacio para crecer en algunas de las soluciones y ofertas de seguridad más avanzadas. En cuanto a los servicios, los encuestados europeos se sintieron menos cómodos con las pruebas de penetración (52%), la auditoría y la gestión del cumplimiento (39%), y las evaluaciones de riesgos (36%).

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

¡Descubra en nuestro



cómo está evolucionando un sector clave en la Transformación Digital!



Impresión Digital

Con la colaboración de:

brother



“Sinceramente: podemos salir reforzados de esta crisis”

PAULÍ AMAT, COUNTRY MANAGER DE TECH DATA ESPAÑA

Dicen que es en los momentos complejos cuando los líderes reales han de dar la cara. Paulí Amat es uno de ellos, y no ha dudado en sincerarse ante este medio para hablar claro, muy claro. Y, por supuesto, sin eludir ninguna pregunta. Desde en qué posición saldremos de esta crisis; razonando por qué Tech Data es superior a su competencia en el sector AV; o analizando los motivos de que su compañía haya tenido que posponer la compra de un mayorista de seguridad. Paulí Amat en plena forma. No se lo pierdan.

En primer lugar, ¿qué medidas ha implantado Tech Data en España para tratar de paliar en la medida de lo posible las consecuencias de la pandemia, tanto internamente como entre sus clientes?

La relación con nuestros clientes apenas ha sufrido ningún cambio salvo que no nos podemos reunir presencialmente. Ahora se hace todo de

manera telefónica o virtual, y nos comunicamos a través de los canales habituales (email, chat, teléfono, InTouch, etc.), con el 100% de nuestra plantilla trabajando.

Donde sí hemos notado un cambio importante es a nivel interno. Ya contábamos con un plan de continuidad de negocio que nunca pensamos que pondríamos en marcha hasta su fase final. En ape-



nas unos días el 100% de nuestra plantilla de oficina ya estaba trabajando desde casa. En cuanto al almacén contamos con otro plan de contingencia diferente, y también nos situamos prácticamente desde que arrancó el confinamiento al nivel más extremo, con medidas de control de temperatura, mayor distribución de turnos, cuarentenas en caso de sospecha, empleo de dispositivos de protección, etc. En este ámbito de logística hemos mantenido todos nuestros acuerdos de nivel de servicio con los clientes, más allá de algunos retrasos motivados más por los transportistas externos y sus nuevas condiciones con esta pandemia. Pero el servicio de logística que estamos ofreciendo, en el marco de esta situación tan crítica, ha sido más que aceptable.

¿Qué valoración puede hacer del canal español en estos momentos, teniendo en cuenta la variopinta idiosincrasia de sus clientes, que oscila desde la tienda de calle al gran integrador?

Como bien dice contamos con un perfil de clientes muy variado y, sin duda, el que más se está viendo impactado es el retailer, la tienda principalmente de consumo, puesto que se encuentra cerrada. Es cierto que las ventas on-line han crecido notablemente, tanto de los puros e-tai-

lers como del retailer físico, pero la vuelta a la normalidad será paulatina. También están sufriendo los canales especializados en la instalación (data center, imagen y video profesional, etc.), ya que el cliente final se encuentra cerrado.

Pero en el otro lado nos encontramos aquellos proveedores que han cosechado cifras históricas de ventas B2B vinculadas con el puesto de trabajo y que supuso el consumo en el canal de todas las existencias del producto relacionado con el teletrabajo, como portátiles empresariales con Windows 10 Pro e incluso ordenadores de consumo, aparatos de networking asociados como routers o extensores de Wi-Fi, y todo tipo de dispositivos como auriculares, monitores, webcams, impresoras de inyección para uso doméstico, etc. Esta situación tan imprevisible se ha producido en paralelo al problema todavía existente de escasez de suministro de procesadores y semiconductores que padecíamos.

Por otro lado, la demanda de licencias de software relacionadas con colaboración y video-llamadas también se ha



disparado, así como la de infraestructura en la nube vinculada a seguridad, VPN o almacenamiento. También es significativo el número de solicitudes en el ámbito financiero por parte del canal.

Precisamente, ¿ha puesto Tech Data en marcha iniciativas específicas relacionadas con el ámbito financiero con motivo de la pandemia?

Efectivamente es parte de nuestra labor conseguir, si no directamente con nuestros medios, sí que los fabricantes y las entidades financieras nos ayuden a soportar al canal en esta situación, ya que algunos de nuestros clientes han sufrido

Más Microsoft a su oferta cloud

Tech Data ha ampliado la oferta de su Factoría de Soluciones para la Nube (Cloud Solution Factory) con la incorporación de Modern Workplace with Microsoft Secure Score, que proporciona un perfil de seguridad de referencia para los usuarios de Office 365 que incluye aplicación automatizada de políticas.

La nueva propuesta ayuda a las empresas a disponer de un mejor control de sus estrategias de seguridad, al brindar

una interesante alternativa a los valores predeterminados de seguridad básicos de Microsoft. Entre las prestaciones que permite esta nueva solución, el diseño flexible de Tech Data incluye un mecanismo de acceso condicional personalizado para autenticación multifactorial (MFA). Además de trabajar con los métodos de autenticación previos, el servicio permite crear perfiles de acceso de emergencia y otros requisitos de autenticación.

problemas de flujo de caja con motivo de esta crisis inesperada, tras ralentizar su actividad. A través de varias soluciones hemos ayudado a nuestros clientes y hemos afrontado todas sus solicitudes de apoyo en este sentido.

¿Esta nueva realidad va a suponer que Tech Data se separe aún más del retail, especialmente dañado por esta crisis?

Es la gran pregunta que nos hacemos todos, que tendremos que analizar a corto y medio plazo. ¿Cambiarán los hábitos de compra de los consumidores? En el sur de Europa nos gusta el acto social de ir a comprar, de que nos recomienden, de que nos lo pensemos... Lo que sí que tenemos claro es que esta situación está acelerando notablemente la venta online, no solo la de los e-commerce puros, sino también de los omni-canal, que trabajan presencial y virtualmente.

Hablaba antes de las tipologías de producto que se han disparado durante esta situación. Pero, ¿cuáles han caído?

En el ámbito de consumo se han desplomado las ventas de smartphones, un mercado realmente importante, que ahora supone un 25% de lo que representaba antes de la crisis. En el segmento empresarial han caído servidores, almacenamiento,

impresoras de oficina, etc. Es decir, todo aquello que requiere instalación en oficinas que, como es lógico, han permanecido mucho tiempo cerradas.

Pero si sumamos puntos positivos y negativos, creo que en este sector podemos salir reforzados de esta crisis, ya que todo el mundo ha visto que la inversión en tecnología es imprescindible, ya sea porque una crisis como ésta se pueda repetir en breve o porque los hábitos de trabajo cambien para siempre. La pregunta radica en cuánto nos impactará esta crisis en nuestros ingresos y cuándo podremos volver a consumir de una manera coherente.

¿Qué está sucediendo con las soluciones relacionadas con el segmento educativo en esta nueva realidad?

Efectivamente se ha disparado la demanda de soluciones de educación en casa. Esto sí que ha cogido a los Gobiernos con el pie cambiado. Es cierto que en los últimos dos o tres años se había intensificado la inversión en dispositivos para estudiantes en casi todas las Comunidades Autónomas y el Estado, pero ni de lejos para absorber la demanda actual. La Administración Pública no puede reaccionar tan rápido como la empresa privada, pero ya se están perfilando los concursos para la

adquisición de soluciones tecnológicas en el sector educativo, que saldrán a la luz en dos o tres meses, con objeto de estar preparados para el inicio de curso.

¿Cuenta con una estimación de lo que habrán caído las ventas del canal en España con motivo de esta crisis?

Mi estimación es que, durante el mes de abril, las ventas en tecnología habrán caído entre un 10% y un 15%, también motivado por el problema de *allocation* que hemos padecido, puesto que no se ha podido dar respuesta a toda la demanda de producto, por ejemplo



en el sector del PC. Esto no se normalizará hasta dentro de uno o dos meses.

A finales de diciembre se comentaba que el mercado PC comenzaba a crecer después de siete años sin hacerlo. ¿Desaparecen esas expectativas de crecimiento?

El mercado del PC en sí crece, pero no tanto como podría haberlo hecho por el problema que le comentaba del suministro, relacionado con el estallido de la crisis en China antes de que llegara a Europa, así como por el problema de abastecimiento de procesadores Intel, que sigue perdiendo cuota de mercado frente a AMD. Todo esto sumado a la explosión en la demanda nos ha llevado a todos a no vender ni mucho menos todo lo que podríamos haber vendido.

Ahora que lo menciona. ¿Es posible que AMD le dé el sorpasso a Intel en algunas áreas?

La cuota de mercado de Intel ha sido siempre muy superior, pero es cierto que AMD se está haciendo con un buen bocado del pastel tradicional de Intel. Para que se produzca la situación que usted plantea se tienen que dar muchas situaciones.

METIC es solo un ejemplo de los eventos que Tech Data se ha visto obligado a

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

posponer, como el resto de compañías. ¿Cómo están tratando de compensar todo aquello que estaban realizando de manera presencial?

Es un gran interrogante. Nos vimos obligados a mover la fecha de nuestro gran evento anual del 18 de marzo al 15 de septiembre, pero, a día de hoy, todavía desconocemos si podremos celebrarlo. Aunque todavía no contemplamos oficialmente esta posibilidad, si tuviéramos que volver a posponerlo nos podríamos plantear la opción por la que se han inclinado los grandes fabricantes del sector, que han realizado sus eventos globales en modo on-line.

Tech Data España creció en el ejercicio 2019 un 18% (1.300 millones de euros) y alcanzó una cuota, según Context, del 27,9%, 2 puntos más con respecto a 2018, lo que le permitió recuperar la primera posición del mercado. Tech Data a nivel mundial ha experimentado en su ejercicio fiscal 2020 (acabado en enero) un crecimiento plano. ¿Cuál ha sido el comportamiento de la filial española en los anteriores parámetros?

El objetivo que nos marcamos a nivel de facturación pasaba por conseguir un crecimiento plano, pero al final sí hemos crecido, en línea con el mercado, en torno a un 3%-4%, manteniendo la cuota de mercado.

Endpoint sigue representando un 60% de sus ingresos, y Valor un 25%. Cuéntenos los principales hitos de ambas áreas y planes para el presente ejercicio.

Efectivamente en el anterior ejercicio se ha mantenido el peso de todas nuestras divisiones: Endpoint, un 65%; Valor, un 25%; y negocios especializados (GCC, diseño y audio-video), el 10% restante. Las tres áreas han crecido el mismo porcentaje.

En el segmento Endpoint nos seguimos volcando en los sectores que nos permiten ser más rentables y donde nuestra labor es más relevante; mientras que en el área de Advanced nos ha sorprendido gratamente cómo el sector del datacenter físico, que debería ir perdiendo terreno en pro de la infraestructura en la nube, ha seguido creciendo en términos de servidores y almacenamiento físico, motivado por la necesidad de computación en el edge que se está produciendo en el mercado.

En verano lanzaron la solución financiera Tech-as-a-Service B2B. Anunciaron que



DATOS Y APLICACIONES, SOPORTE DE LOS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

¿Cómo están tratando las empresas sus datos? ¿Qué aspectos son fundamentales para sus estrategias alrededor de los datos?

¿Cómo están gestionando sus aplicaciones? ¿De qué manera están incorporando nuevas tendencias a la administración de datos y desarrollo de apps? Lee este Documento ejecutivo IT Trends Q2 y conoce las respuestas.

“
La **clave** de esta crisis para Tech Data es saber **proporcionar a nuestros clientes luz y orientación** sobre lo que se nos viene, y **dirigirles por los negocios más rentables** para que se especialicen, **adelantándonos al día después**”

iban a lanzar servicios de este perfil orientados al segmento B2C. ¿Lo han hecho?

No, pero tenemos prácticamente cerrado nuestro primer piloto en el canal de Apple, de tal forma que nuestros partners usen TaaS para todo lo que tiene que ver con la financiación y reconvertir el hardware en un servicio.

En el área cloud Tech Data ya trabajaba con Azure, IBM y Amazon, y afirmasteis que en febrero ya estaría operativo en España el acuerdo con Google Cloud. ¿Se ha producido el hecho?

Sí. Y de hecho creo que va a ser la principal novedad de nuestro negocio en España para este ejercicio. Antes de verano lanza-

remos la aplicación JetSuite de Microsoft, y poco después contaremos con Google Cloud Platform.

El negocio de soluciones audiovisuales está creciendo mucho en Tech Data, hasta el punto de haber comenzado a desplazar a algunos de los mayoristas especializados en el negocio audiovisual. ¿Ha sucedido así?

Es cierto que era un negocio de nicho con proveedores locales tipo Charmex o Crambo. De hecho nosotros jugábamos en esa liga, con Maverick, aportando valor. Pero hace dos o tres años el resto de mayoristas generalistas (Ingram Micro, Esprinet y MCR) decidieron entrar en este mercado a compe-



PRINCIPALES TENDENCIAS EN LA SEGURIDAD DE LAS APLICACIONES 2019



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

nos encontramos en el mundo de la educación junto a Promethean, para el que somos su mayorista exclusivo, que aderezamos con infraestructura para escuelas vía dispositivos de sistema con Microsoft y Google; mientras que en colaboración hemos incrementado mucho el porfolio con soluciones de Microsoft, Google, Zoom, etc. En esta categoría, que es la que más crece, es en la que no se encuentra la competencia.

¿Podemos decir que Tech Data se encuentra por delante de sus competidores en el segmento AV?

Totalmente, porque vamos un paso por delante en las categorías tradicionales, y estamos innovando en el segmento de moda, de eventos y colaboraciones.

¿Cuáles son las previsiones a nivel de negocio y crecimiento para vuestro ejercicio 2021, que comenzó el pasado mes de febrero?

Es muy difícil discernir la gravedad de esta crisis. Lo que tengo claro es que será un impacto reducido, ni mucho menos tanto como durante la crisis de 2008. Pero impacto va a haber, ya se está produciendo, tanto en lo concerniente al sector público como al privado. Si bien, como decía antes, el sector tecnológico será de los que

menos va a sufrir del tejido empresarial, e incluso puede que salgamos reforzados.

Pero por mucha incertidumbre que haya, seguro que sus superiores le han pedido una previsión... (risas)

Contemplamos varios escenarios posibles, pero el más secundado nos indica que lo pasaremos peor en nuestro segundo trimestre (mayo-julio), y en el tercer y cuarto trimestre mejoraremos para acabar el año flat o decrecer un poco.

¿Al margen del acuerdo con Google, va a buscar algún tipo de fabricante o solución específico que os falte?

No, este año nuestro crecimiento vendrá por Google. Siempre vamos introduciendo pequeños fabricantes que sumen, pero la joya de la corona será Google.

Hace un año reconocía la posibilidad de adquirir un mayorista especializado en ciberseguridad, ya que vuestro porfolio ahí no es el más óptimo, sin descartar ninguna opción (internacional o nacional). ¿Está descartado a día de hoy?

Descartado no está porque, efectivamente nuestra propuesta en el ámbito de la seguridad no es la óptima, pero Apollo ha pospuesto esta operación que teníamos en mente.

¿Cuál es el roadmap del proceso de integración con Apollo?

La situación que estamos viviendo ha ralentizado los plazos. A la espera de la aprobación final por parte de las autoridades, se mantiene el segundo trimestre del año como el momento de su conclusión.

Y a partir de ahí...

A partir de ahí el dueño decidirá.

Pero se descarta algún escenario...

No se descarta ningún escenario. Pero lo que tenemos claro es que Apollo adquirió Tech Data para hacerla crecer, para incrementar su valor. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Tech Data es premiada por Micro Focus por su labor de distribución internacional](#)



[Tech Data refuerza su oferta de seguridad con las soluciones de Veracode](#)



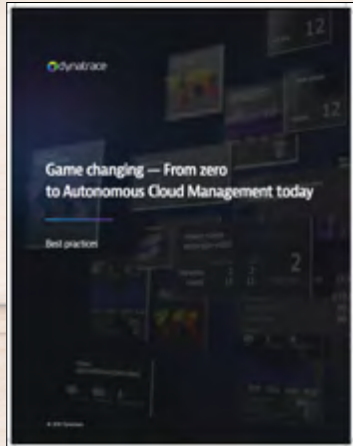
[Tech Data establece un plan de continuidad del negocio](#)

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



La documentación TIC, a un solo clic



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

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

Caso de uso:

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

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



Transformación a la seguridad Zero Trust

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

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

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





Disminuir la brecha digital en la infancia

Mercedes Criado, Cooperación Internacional, Fundación Adeltas

Estamos viviendo una experiencia que nadie estaba preparado para ella. Son muchas las personas que en estos días tienen miedo. Miedo a la incertidumbre, miedo a lo desconocido, miedo a perder a sus seres queridos, miedo a no saber qué va a ser de su futuro o el de sus hijos. Si a este miedo se le suma que tu empresa ha quebrado y te has quedado en la calle, que tu hijo o hija la única manera de seguir con sus clases es por medio online y no le puedes ayudar porque no le puedes comprar el material que necesita. Entonces, a esta realidad se le suma el que te sientes inútil, indefenso, vulnerable.

Alguien me dijo cuando fui madre, "ahora es cuando vas a conocer lo que es sufrir de verdad". Bueno, es verdad, porque yo, como cualquier padre o madre del mundo, no quiero que a nuestros hijos o hijas les pase abso-

¿Tienes un ordenador,
tablet o móvil que te sobre?
En la Comunidad de Madrid hay niños que los necesitan
¿Nos ayudas?



No queremos que ningún niño se quede desconectado y pierda este curso.

Puedes escribirnos y organizamos una recogida y entrega:
mercedes@fundacionadelias.org



Sending, generosamente recogerá y entregará los equipos donados a los niños que lo necesitan



lutamente nada, no queremos que sufran, aunque sabemos que en esta vida tendrán que vivirla a su manera y al igual que nos ha pasado a nosotros, ellos se equivocarán y tendrán que vivir y aprender de sus propias experiencias. Pero si podemos evitar aunque sea un poco de eso que le toque vivir...

También le diría a esa persona que me dijo aquello que, no solo el sufrimiento se incrementa sino la felicidad. Un beso, un abrazo, un te quiero, un éxito educativo o profesional. Para ese padre o madre es lo más!

Para ayudar a disminuir la brecha digital entre los niños españoles [Fundación Adalias](#), ha puesto en marcha una [campana dirigida a empresas y particulares](#).

Pedimos que nos donéis ordenadores, tablets o cualquier otro dispositivo móvil que no necesitéis para que ningún menor

se quede atrás en sus estudios.

Los equipos pueden ser nuevos o de segunda mano ya que disponemos de un equipo de informáticos voluntarios que pondrá a punto los equipos donados.

La empresa @Sending recogerá los equipos y los depositará en la oficina de la agencia @Samira & Sineb que será el centro de operaciones. Nuestro responsable IT @Amin Assakali será el voluntario coordinador de la Red de informáticos voluntarios. Una vez a punto, el equipo será enviado a cada familia en espera.

Son muchos los colegios, institutos, incluso algún ayuntamiento de la Comunidad de Madrid los que nos han transmitido la gran necesidad que existe y que están viviendo muchos menores. Tenemos una gran demanda pero, como todo,

es más grande la necesidad que la ayuda de la que disponemos. Es por eso que si mes está leyendo, te ruego que te sumes a esta iniciativa y nos dones cualquier equipo que tengas en desuso... ■

#ningúnniñodesconectado

#donaloquenouses

#contralapobrezainfantil

#personascomprometidas

#empresascomprometidas



MÁS INFORMACIÓN



Fundación Adalias



Fundación Adalias

La Fundación Adalias nace de la mano de empresarios, ejecutivos de multinacionales y jueces que piensan, profundamente, que un mundo mejor es posible. Dedicamos tiempo, fondos, talento e ilusión para trabajar por niños y adolescentes en dos ámbitos fundamentales: educación y salud. Movidos por un compromiso con la sociedad, con la población

más vulnerable, los niños, trabajamos construyendo hospitales, casas cuna, escuelas, impulsando el progreso y el desarrollo. Movemos especialistas de un lado a otro del continente y formamos a los hombres del futuro para cambiar la realidad de las comunidades para las que trabajamos. El foco es España en materia educativa y Marruecos en el ámbito de la salud.

"Si ayudo a una sola persona a tener esperanza, no habré vivido en vano"

Martín Luther King

¿Quieres colaborar?

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



¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes





Vídeo colaboración y reuniones virtuales

REGISTRO

para una comunicación efectiva

El puesto de trabajo se abre a nuevas posibilidades para trabajar de una manera más eficiente y productiva. Al mismo tiempo, esto está creando nuevos retos para los responsables del negocio, quienes saben que el crecimiento futuro depende de que todo el mundo en la organización pueda interactuar, conectarse y participar en reuniones en vídeo de la forma más fácil posible. ¿Cómo conectar de forma sencilla a toda una organización en sesiones de vídeo colaboración? Descubre el concepto BYOM (Bring Your Own Meeting).



#ITWEBINARS

Automatización Inteligente de Procesos para asegurar la continuidad del negocio

Una de las soluciones más eficaces para acelerar la transformación digital es la automatización de procesos que son esenciales para la vida empresarial, pero ¿cómo lograrlo? ¿Cómo explicar que la contención impuesta a las empresas y sus diversos problemas tienen un impacto tan fuerte en las funciones de soporte que sólo pueden depender de una automatización muy limitada para soportar el exceso de carga de trabajo? Conoce cómo la RPA (Robotic Process Automation) contribuye a acelerar procesos críticos, y proporciona tranquilidad al garantizar la continuidad del negocio.



Los desastres ocurren...

¿tienes un plan de continuidad de negocio?

Ante un desastre o un incidente imprevisto, los planes de continuidad de negocio deben contemplar los riesgos más variados: aquellos relacionados con la infraestructura, los empleados, las operaciones, la comunicación; el objetivo es gestionar una organización que pueda garantizar que se restablecen las operaciones y la producción sin impactar en la cuenta de resultados. Es vital reaccionar lo más rápido posible para mitigar cualquier impacto, algo que puede hacerse teniendo implantadas las tecnologías adecuadas. Descubre cuáles en esta sesión.



REGISTRO



La era de la conectividad

Las nuevas propuestas de computación requieren mayores velocidades de transmisión y una transformación de los centros de datos y las redes de comunicación. ¿Cuál es el siguiente nivel? En este webinar veremos las tendencias que impactarán en las necesidades de las redes empresariales en este año: IoT, Conectividad cloud, Wifi6, 5G, SD-WAN, Edge computing, Automatización de redes, Acceso remoto.



REGISTRO

Smartphones 5G listos para su aceleración en nuestro país

Las ventajas de la tecnología 5G van desde poder disfrutar de streaming y retransmisión de eventos con cero latencia, hasta la jugabilidad cloud sin retardos, y/o todo lo relacionado con la velocidad de la red, siendo en este caso hasta 10 veces superior, pudiendo descargar 1GB de contenido en un abrir y cerrar de ojos, y todo ello directamente al móvil. Si bien sus múltiples ventajas actúan como un innegable estímulo de venta, la situación actual provocada por la pandemia del coronavirus abre una gran incertidumbre sobre la evolución del mer-

cado. De la situación actual y futura de los terminales 5G, de los factores que impulsan la demanda y del canal encargado de su venta, hemos hablado con Huawei, LG, MCR y Xiaomi.

Los smartphones 5G contribuyeron únicamente al 1% de las ventas mundiales de smartphones en 2019. Todo hacía prever que 2020 sería el año decisivo para este mercado, un año en el que Counterpoint Research vaticinaba que los smartphones 5G crecerían un 1.687%. Sin embargo, la pandemia del COVID-19 ha dado un giro a este pro-

nóstico, frenando el crecimiento en la primera mitad del año.

La escasez de componentes, el cierre de fábricas, la cuarentena y las restricciones de transporte han creado obstáculos para que los fabricantes produzcan teléfonos y desplieguen nuevos dispositivos. Se espera que el escenario general se establezca a partir del tercer trimestre del año, a medida que la situación del coronavirus mejore y los planes 5G aceleren el ritmo a nivel mundial, apunta IDC.

Desde MCR, el responsable del área de Telecom Manager, Alejandro Cabo, asegura que "todavía no se percibe una alta demanda de este tipo de terminales, debido sobre todo a que el lanzamiento de la tecnología por parte de los operadores aún no se ha producido, y además la situación excepcional provocada por el COVID-19 ha retrasado dicho lanzamiento. Por otra parte, la poca oferta de terminales disponibles con esta tecnología dificulta su accesibilidad a todos los usuarios". Cabo confía en que "las nuevas apuestas de los principales fabricantes por modelos 5G más económicos, que se han ido presentando durante los últimos meses, y a medida que nos acerquemos al lanzamiento por parte de los operadores, motivará sin duda un incremento en ventas".

“
La demanda viene principalmente de usuarios intensivos con una clara necesidad tecnológica”

Alejandro Cabo,
responsable del área
de telecom de **MCR**



5G, EL FUTURO DE LOS SMARTPHONES

Por su parte, Nacho Ángel, MC Business director de LG España, señala que “por el momento hemos notado un crecimiento de la categoría significativo”, y explica que “principalmente es necesario que se amplíe la cobertura de la señal 5G y se mejoren los casos de uso, sin olvidar un aumento de la oferta de terminales con precios más asequibles que ayudará de manera significativa al crecimiento del mercado”.

Con la situación actual es difícil hacer previsiones, pero si no hay grandes cambios que afecten negativamente al despliegue de la red y el total de marcas lanzan sus modelos este año, Nacho Ángel cree que el peso de los modelos 5G podría rondar entre el 35% y el 40% del valor total del mercado de smartphones a final de año.

UNA TECNOLOGÍA, MÚLTIPLES VENTAJAS

Si el 4G nos permitía conectarnos más y mejor al resto de personas, el 5G nos va a permitir conectarnos a las cosas y dispositivos de nuestro entorno, con tres ventajas principales:

■ **Mayor velocidad.** El 5G ofrecerá velocidades de descarga de hasta 20Gbps, mientras el actual 4G ofrece una velocidad de 1Gbps. Bajarse una película, por

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

ejemplo, tardará unos pocos segundos, frente a los actuales dos o tres minutos con 4G.

■ **Mayor cobertura/mejor ancho de banda:** Las antenas 5G tienen mucha más potencia, lo que permite que haya más dispositivos conectados al mismo tiempo. Esto facilitará la cobertura incluso en grandes aglomeraciones de gente.

■ **Baja latencia:** La tecnología 5G se mejora en 20 veces la latencia actual del 4G, con una respuesta casi inmediata cuando se trata de manejar o controlar cualquier objeto conectado.

Sin duda, la tecnología 5G nos pone por delante grandes retos y oportunidades, nos acerca grandes innovaciones, facilita el impulso de nuevas tecnologías e industrias y, en el caso concreto de los smartphones y otros dispositivos de electrónica de consumo, redefine la manera en la que los usuarios interactúan con ellos. “Nos encontramos ante una nueva experiencia de usuario”, afirma Wen Ou, responsable de Xiaomi en Europa Occiden-

tal, para quien “estos dispositivos ofrecen al consumidor hiperconectado una navegabilidad sin precedentes”.

Sobre los aspectos que más se valoran de los smartphones 5G, Fabio Arena, director de Marketing de Producto de Huawei Consumer Business Group España, destaca “la velocidad que conllevan, el streaming de cualquier contenido, las videollamadas sin retardo, e incluso las videoconferencias con presencia holográfica que también será una realidad a corto plazo. Todo lo relacionado con gaming dará un giro importante, y las multipartidas y sesiones multitudinarias, inclusive campeonatos, serán una realidad sin necesidad de la presencia. La realidad aumentada y virtual también darán un giro importante con los smartphones 5G y la forma en la que veremos nuestro alrededor será un antes y un después”.

PRIMEROS ADOPTANTES Y MODELOS

Actualmente, la mayor parte de la demanda en España de smartphones 5G procede de clientes particulares, los conocidos como “early adopters”, de áreas zonas urbanas donde tienen señal 5G y clientes del único operador con el servicio 100% activo.

“La demanda viene principalmente de usuarios intensivos con una clara nece-



“Estos dispositivos ofrecen al consumidor hiperconectado una navegabilidad sin precedentes”

Wen Ou, responsable de **Xiaomi** en Europa Occidental

sidad tecnológica, tanto de aquellos que usen el smartphone como principal herramienta de trabajo (gestión de archivos en la nube, gestión de dispositivos IOT, etc.) como aquellos usuarios intensivos de streaming y contenido de ocio (gaming, plataformas de series y películas, etc.)”, aclara Alejandro Cabo, de MCR.

A la hora de adquirir un dispositivo 5G, son varios los aspectos que se tienen en cuenta. Según Nacho Ángel, de LG, “el principal es el procesador, esencial para poder trabajar la frecuencia 5G. En segundo lugar, la batería, ya que los procesadores 5G

consumen más y por tanto su duración es en ocasiones crítica. Y en un tercer plano, pero no menos importante, estarían la cámara, la memoria y el audio y las diferentes tecnologías que se añaden al terminal para mejorarlo, clave para obtener una buena experiencia multimedia”.

Los dispositivos con esta tecnología suelen ser modelos “flagship” que ofrecen una experiencia sobresaliente. Junto a ellos, ya empiezan a estar disponibles modelos con prestaciones avanzadas a precios más ajustados, con el fin de generalizar su adopción. Es la estrategia

que está siguiendo, por ejemplo, Huawei. Como aclara Fabio Arena, “contamos con una estrategia de dispositivos 5G que no abarca sólo la gama alta/Premium, sino que haremos llegar esta tecnología a los terminales de gama media, para así hacer más accesible todos sus beneficios a cualquier tipo de consumidor”.

De manera similar, en 2020, Xiaomi prevé lanzar al mercado global más de 10 modelos con tecnología 5G, de todas las gamas, algunos de los cuales llegarán a España. “Hemos mantenido una firme apuesta por llevar esta tecnología a nuestros dispositivos y hacerla así accesible a los usuarios de los más de 90 mercados en los que operamos”, declara Wen Ou, de Xiaomi. “Está claro que, entre otros aspectos, la demanda de este tipo de dispositivos viene condicionada por el despliegue de esta tecnología que están haciendo los operadores. Pero, por parte de los fabricantes de dispositivos y de componentes, tenemos que continuar realizando esfuerzos en torno a esta industria”.

OPORTUNIDAD PARA EL CANAL

A parte de los usuarios comunes, que son los principales beneficiados por la mejora de la experiencia y la aparición de nuevos



“**Capitalizar esta tecnología es una oportunidad única para los operadores**”

Nacho Ángel,
MC business director
de LG España



casos de uso que mejorarán la vida de las personas, todos los canales relacionados la venta de terminales se verán beneficiados por el cambio masivo del parque móvil al que se verá obligado el consumidor para acceder a esta nueva tecnología.

Para Alejandro Cabo, de MCR, "los operadores son los que más se pueden beneficiar, pues la financiación de estos terminales es un valor añadido que pueden ofrecer a sus clientes en el momento de renovar una permanencia o en la contratación de nuevos servicios. También aquellos resellers enfocados en em-

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?

presas con un alto número de trabajadores en movilidad se verán beneficiados por la venta de esta tecnología, pues supone un importante salto cualitativo en la calidad de los procesos de trabajo en movilidad".

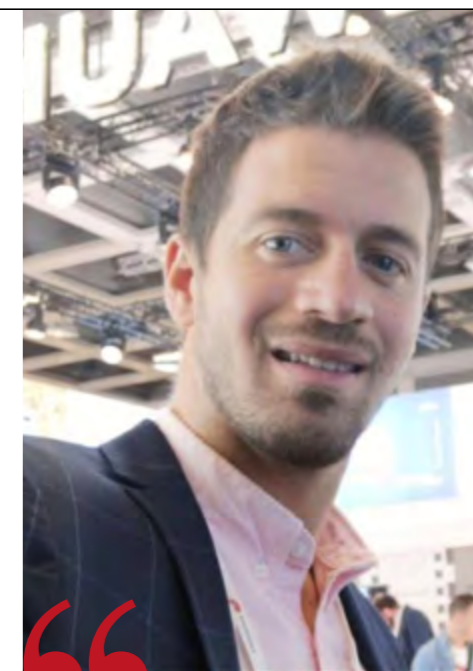
Nacho Ángel, de LG, también opina que "capitalizar esta tecnología es una oportu-

nidad única para los operadores. Serán (y de hecho ya son) ellos los que tienen la obligación y el deber de liderar el cambio tecnológico en nuestro país. Esta responsabilidad lleva aparejado un gran esfuerzo en lo económico, pero también le da una ventaja competitiva frente al canal de retail y una oportunidad de fidelizar a su cartera".

Efectivamente, con los terminales 5G, los operadores tienen ante sí una gran oportunidad de recuperar algo de cuota, debido a que pueden ofrecer los mejores planes de financiación de terminales para sus clientes. No obstante, los grandes retailers y otros resellers han mejorado mucho sus planes de financiación en los últimos años.

Es de prever, asimismo, que, a medida que se vaya democratizando la tecnología, el canal online tendrá un protagonismo, igual al que tiene en la actualidad con la conectividad 4G. La situación generada por el COVID-19 ha dado mucha visibilidad a estos canales, y muchos perfiles de usuario tipo de la tecnología 5G son perfiles "Tech-Savvy" y consumidores de ocio online, lo que los hace muy proclives a las compras por este canal.

Una de las compañías que desde sus inicios ha mantenido una apuesta muy fir-



“2020 será un año fundamental para las redes 5G en España”

Fabio Arena, director de marketing de producto de **Huawei** Consumer Business Group España



¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



me por los canales online ha sido Xiaomi, “con el propósito es hacer llegar nuestras innovadoras tecnologías al mayor número de personas, y para eso, el e-commerce es un gran aliado”, apunta el responsable de Xiaomi en Europa Occidental. ■

MÁS INFORMACIÓN

[Aplazada la fecha para el segundo dividendo digital y la subasta de 5G](#)

[El mercado mundial de smartphones se contraerá un 23% en 2020](#)

[Un 20% de las conexiones será 5G en 2025](#)

[2020, el año de 5G](#)

[Hasta 2024 se venderán 1.900 millones de smartphones 5G](#)

Freno al 5G en España

“2020 será un año fundamental para las redes 5G en España”. Así lo cree Fabio Arena, de Huawei, asegurando que “se trata de la generación que cambiará todas las comunicaciones de esta próxima década”. Pese a esta confianza, lo cierto es que la crisis del coronavirus ha frenado el avance del 5G en España, debido a que se ha tenido que aplazar la fecha para la liberación de la banda de 700 MHz, proceso conocido como Segundo Dividendo Digital, así como la subasta de ese espectro entre los operadores para el despliegue del 5G.

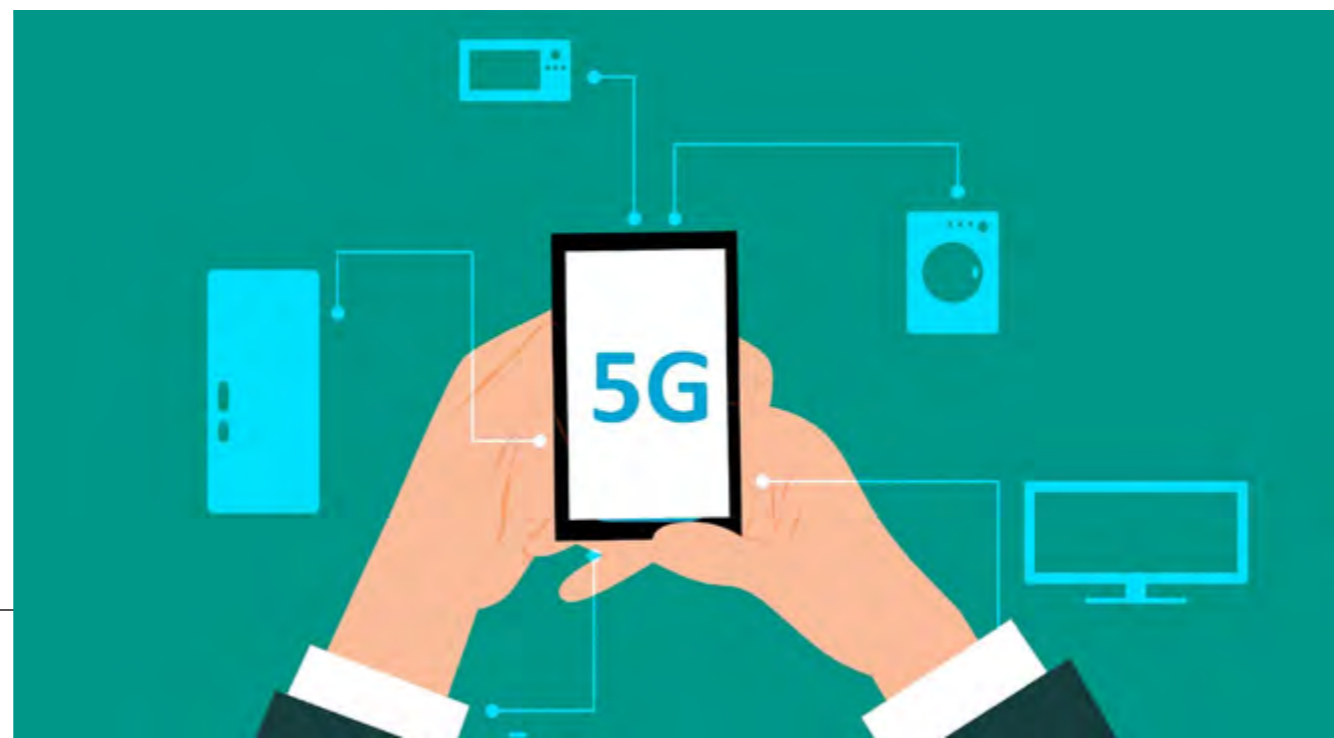
El Segundo Dividendo Digital, que consiste en cambiar

las frecuencias asignadas a los canales de televisión en la banda de 700MHz con el fin de usarlas para desplegar las futuras redes 5G, tenía como fecha límite para su ejecución el 30 de junio de 2020. La nueva fecha se determinará en función de cuándo finalicen las medidas de contención adoptadas para hacer frente al COVID-19.

Como señala Nacho Ángel, de LG, ahora mismo la prioridad es garantizar la continuidad del servicio durante el confinamiento, y garantizar la recepción la señal de TDT ha afectado el desarrollo del plan inicial que estaba pre-

visto terminara en junio de este año. “A partir de aquí todo son incertidumbres y la recuperación del proyecto irá en función de la velocidad de la vuelta a la normalidad, que depende totalmente de la evolución de la pandemia en España”.

“Esperamos que la situación actual no se demore mucho, y que podamos volver a nuestra actividad habitual en breve. A partir de ahí confiamos en que la evolución del 5G retome su agenda normal, y el retraso no sea más de tres o cuatro meses respecto a las fechas planificadas inicialmente”, comenta Alejandro Cabo, de MCR.



IT TRENDS 2020, EL AÑO DE LA CONSOLIDACIÓN DIGITAL

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

ENCUESTA IT TRENDS SOBRE TELETRABAJO

Ayúdanos a conocer la realidad del
teletrabajo en las empresas



¡PARTICIPA!



NO SOLO



PANEL DE EXPERTOS



MANAGEMENT Y CANAL

Entrenando vendedores andragógicos perdidos

José Luis Montes,
director de Smart Channel Technologies, director de Channel Academy



TECNOLOGÍA Y NEGOCIO

De los 10 billonarios más ricos del mundo, "los TI" son mayoría

Jorge Díaz-Cardiel,
Socio director general de Advice Strategic Consultants



LEGAL IT

Big Data y las Relaciones Laborales

Jorge Molinero Ruiz,
Consejero delegado en Alier Abogados



MARKETING Y CONSUMO

Banca post-Covid-19

José Manuel Navarro,
CMO MOMO Group



PSICOBUSINESS

Interacciones virtuales eficaces con el equipo

Asier de Artaza,
director de www.yesmanagement.es

Entrenando vendedores andragógicos perdidos



José Luis Montes

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.

Malcolm Knowles está considerado el padre de la *Andragogía moderna*, que vendría a ser la ciencia de la enseñanza a los adultos, y que parte de la constatación de que aprendemos de forma muy diferente a los niños y de la creación de una metodología específica para formar y entrenar adultos.

Para ir al grano de lo que seguramente te interesa principalmente, la razón por la que te traigo hoy este tema aquí es que todas las características específicas de la andragogía están presentes multiplicadas por 2 en los vendedores ... y multiplicadas por 3 en los vendedores veteranos de TI.

Knowles enumeró 6 características específicas de la forma de aprender de los adultos, que quiero detallarte someramente para acercarnos al quid del asunto con nuestros comerciales:

1. Necesidad de saber. Los adultos necesitan conocer la razón por la que se aprende algo.

2. Autoconcepto del individuo. Los adultos valoran ser responsables, o al menos co-responsables, de sus decisiones en términos de educación, e involucrarse en la planificación de su instrucción.

3. Experiencia. Los adultos la poseen en alto grado y la usan para enriquecer y basar sus actividades de aprendizaje.

4. Interesados en aprender. Los adul-

tos ven el valor del aprendizaje continuo en su actividad profesional.

5. Orientación al problema. Los adultos están centrados en resolver problemas y prefieren el entrenamiento que les ayuda en ello.

6. Motivación interna. Mientras que los niños aprenden por motivadores externos, como la autoridad o las califica-



ciones, los adultos responden mejor a sus propios motivadores internos.

Probablemente es algo que ya tienes presente en tu mente en estos momentos, pero déjame dibujártelo para hacerlo bien nítido: imaginemos nuestro departamento comercial, con vendedores muy experimentados durante años de batalla en un sector duro y muy exigente, que llevan toda la vida aprendiendo continuamente una constante cascada de tecnologías y de formas de argumentarlas a los clientes, adaptándose a los cambios que en las empresas y en sus contactos se suceden, y con una alta exigencia externa e interna para conseguir resultados

potentes una y otra vez, mes tras mes, año tras año. A gente así no se les puede, voy a decir una obviedad, no se les puede tratar como niños. Y, obviamente, no aprenderán como niños.

Un equipo comercial de buenos profesionales está siempre interesado en aprender y se automotiva internamente para seguir estando en la brecha de su trabajo porque sabe que no le queda otra en un sector y profesión tan caníbal, déjame decirlo así de crudo. Pero valora, incluso alguna la exige, 3 cosas:

1. Que el entrenamiento esté orientado no a hacerle más sabio sino a ayudarle a resolver problemas, a conseguir resultados

2. Que el entrenamiento conecte con su experiencia real y se aproveche de ella, que sea concreto y basado en su realidad

3. Qué se le diga para qué se le va a entrenar, y que se le permita participar al menos parcialmente en el plan, al menos en la auditoría de necesidades

Está claro que los comerciales de Tecnología necesitan aún más que nunca entrenamiento, porque el sector y sus dinámicas de negocio está cambiando tanto que quedarnos como estamos no es opción. Ojo, que esto es muy importante, porque a menudo tomamos las decisiones cuando ya nos empuja la realidad: entre que se decide empezar un plan de entrenamiento en ventas, se diseña, se implementa y se tienen resultados, puede pasar perfectamente un año. Depende de varios factores, entre ellos de lo que vendas y del ciclo de venta de tus soluciones, y de si vamos principalmente orientados a ganar nuevos clientes o a ganar más negocio en los existentes, pero un año no nos lo quita nadie.

Esto no es tomar una subvención de la Tripartita, hacer un cursito de un día o dos, y esperar resultados al mes siguiente, salvo que hablemos de cosas muy de nicho, tipo cómo hacer mejores presentaciones, o algo así muy delimitado. Y, por todo esto que acabo de explicar, suelen fallar las for-

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



La Andragogía moderna parte de la constatación de que aprendemos de forma muy diferente a los niños y de la creación de una metodología específica para formar y entrenar adultos



NO SOLO



maciones hechas por entrenadores que no provienen del sector TI y están muy actualizados sobre el mismo: a la que les empiezan a poner ejemplos sobre bancos o empresas de automóviles, nuestros comerciales desconectan. Si se los ponen sobre IoT en Industria 4.0, sobre almacenamiento as a service, ciberseguridad perimetral o conductual, o big data aplicado a trazabilidad alimentaria, nuestros vendedores conectan.

De modo que si nuestros profesionales de las ventas son andragógicos, que normalmente lo son en grado sumo, tenemos que diseñar un plan de entrenamiento que sea andragógico-friendly (con éste “palabro” me he pasado, te lo reconozco): centrado en problemas, que involucre, que tome en cuenta la experiencia real, y que se aplique en ella.

Así, los conocimientos son muy importantes, porque hay muchas cosas que aprender a nivel conceptual antes de poder analizar qué estamos haciendo y por qué no está funcionando. Los vendedores andragógicos quieren saber para qué sirve lo que les propones aprender, y quieren saber por qué están teniendo el problema equis, entenderlo y luego ver formas de cambiar las condiciones que les están llevando a caer una y otra vez en ese charco.



Y, por tanto, a esa parte de contenidos que permitan dibujar ese mapa y entender la génesis de los problemas, se le debe de añadir una parte de aprendizaje experiencial en la que se apliquen las posibles fórmulas propuestas y se vea qué funciona y qué no, y por qué si y por qué no.

Y esto anterior se puede hacer en grupo, y de hecho yo lo recomiendo, no solamente por razón de costes sino porque he visto que es muy potente fomentar el aprendizaje cruzado. Así que en estas dos partes, la teórica y la práctica, funciona muy bien en los vendedores andragógicos una mezcla (lo que se conoce como blended training, o b-training) de sesiones colectivas presenciales, sesiones colectivas virtuales, comunidades virtuales de debate, sesiones colectivas de preguntas y res-

puestas, ejercicios individuales y trabajo en casos de estudio.

A todo esto, resulta muy potente añadir sesiones de acompañamiento individual, para que nuestros vendedores sientan que se les escucha de forma personal, para que puedan decir cosas que igual en grupo no dirían, y que son muchas veces las importantes, y para que se pueda individualizar el aprendizaje experiencial y poner foco en las cosas que cada uno pueda tener más flojas que el colectivo.

Las acciones de entrenamiento a vendedores que no tengan en cuenta este entramado de planteamientos, metodología y herramientas, pueden estar enfocando de forma infantil la formación de vendedores adultos que, por edad y bagaje experiencial, son a menudo andragógicos perdidos. ■

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



MÁS INFORMACIÓN



[Malcolm Knowles](#)



[Andragogía moderna](#)

De los 10 billonarios más ricos del mundo, "los TI" son mayoría

El coronavirus ha afectado fuertemente a la economía mundial, y eso incluye también a las personas más ricas del mundo. Forbes Estados Unidos publicó recientemente su lista anual de multimillonarios que elabora en colaboración con Advice Strategic Consultants y descubrió que la cantidad de billonarios (en realidad, en castellano serían mil millones, porque el billion norteamericano corresponde con los mil millones españoles, pero seguiremos utilizando la terminología empleada por Forbes en su clasificación) ha disminuido significativamente debido a la pandemia, e incluso entre los que todavía están en la lista, más de la mitad vio reducida su riqueza. Había 2.095 multimillonarios en la lista cuando se finalizó el 18 de marzo: 58 billonarios menos que el año pasado y 226 menos que a principios de mes. El motivo es la vinculación de la riqueza de esas personas con el valor en Bolsa de sus inversiones o de las empresas que poseen.

Según Forbes EE.UU. y Advice Strategic Consultants, los 2.095 multimillonarios valen 8 billones de dólares, grosso modo, lo equivalente a ocho veces el Producto Interior Bruto (PIB) de España. Como gran parte de la riqueza de los billonarios está depositada en acciones de sus empresas, el patrimonio neto fluctúa dependiendo

del día en función de la evolución de los mercados de valores. El país con más billonarios es Estados Unidos, con 614, seguido por China (que incluye Hong Kong y Macao, dos de los lugares más ricos del planeta) con 456 billonarios.

A finales de marzo de 2020, las diez personas más ricas del planeta eran las más



in Jorge Díaz-Cardiel

Socio director general de Advice Strategic Consultants

Economista, sociólogo, abogado, historiador, filósofo y periodista. Autor de más de veinte mil de artículos de economía y relaciones internacionales, ha publicado más de una veintena de libros, cinco sobre Digitalización. Ha sido director de Intel, Ipsos Public Affairs, Porter Novelli International, Brodeur Worldwide y Shandwick Consultants.



abajo mencionadas. Antes, es de notar que 4 de los diez presiden y son dueños de empresas tecnológicas o de tecnologías de la información y la digitalización (Amazon, Microsoft, Oracle y Facebook); hay tres miembros de una misma familia (Walton, dueña del primer distribuidor del mundo, Walmart). Hay un español, Amancio Ortega, dueño de Inditex (Distribución y venta online) y Warren Buffett, el mayor inversor en bolsa de todos los tiempos, a través de Berkshire Hathaway y fuerte inversor en empresas tecnológicas de gran renombre: Apple, AT&T, Verizon, VeriSign, IBM e Intel, entre otras. Recientemente, Warren Buffett se desprendió de un tercio de su inversión en IBM y dedicó ese dinero a aumentar su participación en Apple. Otro día explicaré el porqué de ese movimiento.

Dos apuntes más: si unimos los tres miembros de la familia Walton (Walmart) en una unidad, en vez de diez serían siete bilionarios/as; de los cuales cuatro pertenecen al sector TI o TIC, que serían mayoría (4 versus 3). Y, además, hay un dato que Forbes no tiene en cuenta, que es la liquidez. Así como la fortuna de los nueve más ricos/as del mundo reside en acciones de sus empresas, Warren Buffett es una excepción, porque no se contabilizan los 112.000 millones de dólares (líquidos) que tiene en caja. La suma de esta cantidad y lo que vale su empresa en

bolsa daría un total de 179.000 millones de dólares, casi 70 billones más que Jeff Bezos/Amazon. A Warren Buffett no les gusta hacer ostentación y vive, con 89 años, en la misma casa de toda la vida en Omaha (Nebraska), come a diario un Big Mac en McDonald's y bebe Coca-Cola (una de sus primeras y mayores inversiones). Aquí los más ricos/as:

1. Jeff Bezos y ex mujer (Estados Unidos)

El CEO de Amazon, Jeff Bezos, valía 113.000 millones de dólares el 18 de marzo, según Forbes. Jeff Bezos, de 56 años, es el hombre más rico del mundo, a pesar de transferir una cuarta parte de su participación en Amazon a su ex esposa MacKenzie el verano pasado. Bezos fundó el gigante de comercio electrónico Amazon en 1994 y sigue siendo el CEO de la compañía.

2. Bill Gates y esposa (Estados Unidos)

Bill Gates aparece en la lista de los más bilionarios en 2017. Valía 98.000 millones de dólares el 18 de marzo pasado. Gates y su esposa Melinda presiden la Fundación Bill y Melinda Gates, que es la fundación benéfica privada más grande del mundo, seguida por Wellcome Trust (UK) y Fundación Bancaria La Caixa, que preside el español Isidre Fainé y que dedica 540 millones de euros cada año a su Obra Social en España.

3. Bernard Arnault y familia (Francia)

Bernard Arnault, y su familia tenían un valor de 76.000 millones de dólares el 18 de marzo, según Forbes y Advice Strategic Consultants. Arnault es el CEO de la compañía de artículos de lujo LVMH, que incluye las marcas Louis Vuitton y Sephora, entre otras muchas. El año pasado, la compañía compró Tiffany & Co. por 16,2 mil millones de dólares, que podría ser la mayor adquisición en la historia de una marca de lujo (Estudio Advice de Marcas de Lujo, diciembre de 2019: "Her-mès, Chanel, LVMH (Louis Vuitton), Kering (Gucci) y Rolex son las top cinco Empresas/ Marcas de Gran Lujo con más reputación y las más deseadas en España").

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



4. Warren Buffett (Estados Unidos), Berkshire Hathaway

Warren Buffett, de 89 años, tenía un valor de 67.500 millones de dólares el 18 de marzo. Buffett es uno de los inversores más exitosos de todos los tiempos. Dirige Berkshire Hathaway, que posee más de 60 grandes empresas. Anteriormente, Buffett era la tercera persona más rica del mundo, antes de que Bernard Arnault ocupara su lugar este año, en 2020.

5. Larry Ellison (Estados Unidos), Oracle

Larry Ellison, de 75 años, tenía un valor de 59.000 millones en marzo. En 1977, fundó Oracle, "zampa-zampa" de empresas de software y hardware: Peoplesoft, Siebel Systems, Hyperion Solutions, BEA Systems, Sun Microsystems... y, más recientemente, Bluekai, empresa de big data basada en la nube y Zenedge, startup especializada en seguridad digital. Le gusta sacar pecho de su contrato de cloud con la Agencia Central de Inteligencia, como a Satya Nadella (Microsoft) y a Jeff Bezos (Amazon) de su contrato a "pachas" de cloud computing con el Pentágono, cuyo jefe de compras es conocido del autor de este artículo y que resultó en 5 billones de dólares para cada

una de las dos empresas a diez años. Aún así (inciso), las previsiones de venta de cloud mundiales de Advice Strategic Consultants anticipan que las ventas de cloud computing de Amazon (AWS) será el doble en el próximo lustro de la suma de las ventas de cloud de Microsoft Azure y Google Cloud.

6. Amancio Ortega (España), Inditex

Amancio Ortega, de 84 años, era el minorista de ropa más rico del mundo en marzo de este año, con un patrimonio neto de 55.100 millones de dólares, según Forbes. En 1975, su ex esposa Rosalia Mera y él, fundaron Inditex, más conocida por la cadena y marca de moda Zara.

7. Mark Zuckerberg (Estados Unidos), Facebook

En 2019, la riqueza de Mark Zuckerberg aumentó en 27.000 millones de dólares, haciendo que el fundador de la red social Facebook, Zuckerberg, de 35 años, valiera 54.700 millones de dólares en marzo pasado. Zuckerberg fundó Facebook en 2004 y es dueño de Instagram y WhatsApp, entre otras empresas lo que le convierte en el billonario más joven del mundo y la persona que ha llegado a esa posición en el menor tiempo posible.

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



8. Jim Walton y familia (Estados Unidos) Walmart

Jim Walton, de 71 años, era el miembro de la familia Walton más rico en marzo pasado, con un patrimonio neto de 54,6 mil millones de dólares.

9. Alice Walton (Estados Unidos) Walmart

Alice Walton, de 70 años, valía 54.400 millones de dólares el 18 de marzo. Es la única hija de Sam Walton y también la mujer más rica de la lista 2020 de Forbes.

10. Rob Walton (Estados Unidos) Walmart

Rob Walton, de 75 años, valía 54,1 mil millones en marzo. Robert Walton es el hijo mayor del fundador de Walmart, Sam Walton, y fue presidente de la compañía desde 1992 hasta 2015. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Forbes: Los 20 "billonarios" del mundo TI](#)



IMPRESIÓN 3D, TENDENCIA DE PRESENTE, NEGOCIO DE FUTURO

Si en algo se ponen de acuerdo las consultoras cuando hablan de presente y de tendencias de futuro es que la impresión 3D no es flor de un día, y que los pasos que se han ido dando hasta la fecha han consolidado sus capacidades para un mañana que muestra un crecimiento explosivo en base a una ampliación de los proveedores, pero, sobre todo, gracias a la aparición de casos de uso en un mayor número de sectores y negocios.



**NUEVO
INFORME**

DOCUMENTO EJECUTIVO

Ciberseguridad en 2020, de obligado cumplimiento

ELABORADO POR **itRESEARCH**



Descarga este **documento ejecutivo** de **itRESEARCH**

Big Data y las Relaciones Laborales

La Transformación Digital es una realidad de rabiosa actualidad en prácticamente todos los aspectos de la vida y, evidentemente, no podía ser menos en el aspecto laboral y, más concretamente, en lo que respecta a la gestión de empleados.

Cuando se habla de la Transformación Digital de las organizaciones, probablemente hay que aceptar que se inició en aquellos procesos que están más cercanos al negocio, a la producción, pero la realidad es que todos los procesos de las organizaciones están afectados por la Transformación Digital, o, lo que es lo mismo, son susceptibles de digitalizarse, incluyendo, por supuesto, los procesos vinculados al mundo de las relaciones laborales, que, aunque no estén vinculados directamente a la producción, el hecho de digitalizarlos aporta gran valor a los procesos del negocio, ayudando a estos últimos a ser más rentables y eficaces, previendo necesidades o evitando posibles problemas de futuro con la plantilla.

La Transformación Digital supone grandes cambios en todas las organizaciones, pero que siempre aportan grandes beneficios; los más evidentes: rentabilidad, rapi-

dez o eficiencia. Pero hay otros beneficios que no son tan visibles y exigen procesos de análisis previos antes de que se materialicen los beneficios, cómo pueden ser los datos, la información, el "Big Data".

¿Qué es el Big Data en este entorno? Se trata de toda la información que los movimientos de las personas generan en internet, desde una simple búsqueda de una casa rural, por ejemplo, a una transacción bancaria para el pago de cualquier cosa, pasando por la visualiza-

ción de una serie en una plataforma de vídeo, o publicar una foto en una red social. Todo movimiento está almacenado y es susceptible de que alguna persona u organización lo utilice para aportar más beneficio al usuario adelantándose a sus necesidades o incluso, en las compañías más agresivas comercialmente, generando una nueva necesidad.

El Big Data, en definitiva, son datos, datos y más datos, mucha información de lo que las personas hacemos en internet:



Jorge Molinero Ruiz

Consejero delegado en
Alier Abogados



Licenciado en Derecho, la carrera profesional de Jorge Molinero se ha dirigido a la dirección de empresas y despachos de abogados. Ha ejercido diferentes responsabilidades en distintos departamentos de gestión de empresas, desde implantar desde sus inicios un departamento de Marketing a departamentos de control financiero, y por último, asumir la dirección general Alier Abogados y del Grupo Atisa.



gustos, tendencias, planes, forma de vida, opiniones... La máxima que reza "la información es poder" nunca ha sido tan evidente como en estos tiempos, en los que a través del Big Data se puede ofrecer al cliente lo que necesita en cada momento, incluso antes de que él sepa que lo va a necesitar.

Las relaciones laborales no escapan a este fenómeno del Big Data, todo lo contrario; es cierto que las empresas cuando piensan en Transformación Digital, y en concreto en Big Data, en primer lugar, piensan en los procesos vinculados al crecimiento del negocio, pero no es menos cierto que en el ámbito corporativo y, en concreto, en el de las relaciones laborales, empieza a jugar un papel muy importante.

Supongamos que en nuestra organización hay una persona con un gran potencial y mucho talento, que no queremos que se vaya a otro proyecto y que aparentemente parece que está contenta. En las evaluaciones muestra que se siente valorado y que se está desarrollando como profesional como esa persona esperaba al llegar a la organización. En principio, desde el departamento de capital humano no se detecta necesidad de desplegar ninguna acción específica para tratar de mantener ese talento, y que es suficiente con lo

que la organización está haciendo. Continuando con este ejercicio de imaginación, supongamos que vive lejos del lugar de trabajo, tarda una hora en llegar a trabajar, y que, además, va a tener un hijo en los próximos meses. Pues bien, el Big Data lo que nos puede ayudar es a saber o, incluso a predecir, que esta persona a la que no queremos perder bajo ningún concepto puede valorar un proyecto con menos crecimiento profesional, pero más cerca de su casa, porque le permite estar más tiempo con su futuro hijo. ¿Y cómo hace esto el Big Data? Analizando todos los movimientos que esa persona hace en internet, desde la búsqueda de una guardería más cerca del puesto de trabajo, la búsqueda de alquileres cerca de la oficina o la petición de una reducción de jornada entre otros muchísimos datos. Probablemente, la sensación que genere este control de nuestros movimientos es de vivir en un gran hermano, pero la realidad es cada vez es más eso.

En el mundo de las relaciones laborales, el Big Data está ganando terreno pudiendo desde automatizar procesos administrativos lentos y tediosos, quizá el más evidente es el de la selección, donde, a través del uso del análisis de Big Data, se puede ahorrar mucho tiempo y ganar muchas eficiencias, a procesos más complejos y demás impor-

tancia en los que el Big Data puede ayudar a la gestión de personas, como ayudar en la retención del talento.

Para la introducción del uso del Big Data en los procesos de decisión de las empresas, conviene que se analice qué tipo de organización se quiere ser con respecto al uso del Big Data y la gestión de las personas. En compañías muy punteras en el uso del dato para la gestión de los empleados ha empezado a generarse un nuevo puesto que es el analizador de datos de recursos humanos o HR Analytics, incluso en EE.UU. está empezando a generarse una corriente en la que esta figura pasa a ser el nuevo director de recur-

¿Te avisamos del próximo IT Reseller?



Los humanos, en tanto en cuanto a través del análisis de multitud de datos vinculados a las relaciones laborales y humanas dentro de la compañía y los análisis predictivos del mercado o necesidades de perfiles y capacidades de producción, es capaz de atender las peticiones de la organización con respecto a sus empleados así como de atender las necesidades de los propios empleados y aplicar políticas de personas más acordes a lo que la plantilla y el negocio demandan.

En cualquier caso y sin entrar en el debate de la importancia que puede acabar teniendo esta nueva figura dentro de las organizaciones, lo que está claro es que la función principal de este HR Analytics es la de establecer las políticas y herramientas de captación de datos y, por supuesto, la de analizar los datos que la compañía maneja de sus empleados, ya sean anonimizados o no. Para implantar esta figura es conveniente que la organización tenga clara su política con respecto al uso de los datos, y en esto hay multitud de tipología de empresas. Siguiendo con las más punteras en el uso de estas técnicas, nos podemos encontrar con empresas que utilicen modelos más avanzados de análisis de los datos a través de algoritmos y la aplicación de modelos predictivos de conducta, a usos más sencillos como puede ser la gestión de la nómina, la selección, evaluación o

el control de producción, pasando por detección de necesidades formativas, de desempeño, o de retribución.

Una vez la compañía tiene claro la política y uso de los datos, el HR Analytics tiene que decidir qué datos son necesarios para alcanzar el objetivo de la compañía y cómo conseguirlos; redes sociales internas o externas, herramientas de gestión de producción, evaluaciones, encuestas... En relación con las herramientas es importante aclarar que el dato no tiene por qué reconocer la identidad de la persona que lo genera, es decir, el dato puede ser anónimo o nominativo, o una mezcla de ambos; por ejemplo, el análisis de los datos de una encuesta de satisfacción interna y anónima, analizada con el ratio de rotación y el absentismo por enfermedad profesional nos puede arrojar una información muy importante para implantar o modificar determinadas políticas de la gestión de personas.

Volvamos a hacer un ejercicio de imaginación y supongamos que ya tenemos una figura de análisis de datos, un objetivo claro para el uso del dato, una política de captación y uso de los datos y las herramientas para su captación. Pues bien, ahora empieza lo realmente potente del Big Data la extracción de información y conclusiones. Para esto existen una se-



Para la introducción del uso del Big Data en los procesos de decisión de las empresas, conviene que se analice qué tipo de organización se quiere ser con respecto al uso del Big Data y la gestión de las personas

rie de herramientas fundamentales como son el Machine Learning o la Inteligencia Artificial, y esto supone que nuestras herramientas aprenden de la información que extraen de los datos y lo aplican directamente a los procesos, viene a suponer que las herramientas atendiendo a predicciones o análisis de multitud de datos

Conviene tener en cuenta que el uso de este tipo de herramientas está siendo regulado en un primer momento para garantizar como mínimo dos principios: la igualdad entre las personas y el de garantizar la protección de los datos

pueden llegar a aprender nuevas formas de aplicar los procesos e incluso modificarlos automáticamente.

Pero ¿en qué tipo de procesos vinculados a las relaciones laborales o de capital humano podemos utilizar tecnología de Big Data y machine learning más concretamente? Hay multitud de procesos dentro del departamento de recursos humanos en los que este tipo de tecnología es perfectamente aplicable sino en todos. Quizá el más evidente, incluso más desarrollado por ahora, es el de selección, en el que no sólo hace búsquedas a través de filtros, sino que puede proponer perfiles basándose en análisis predictivos ligados a la estrategia de la empresa o del aprendizaje que va teniendo por anteriores procesos.

Pero siendo el de selección uno de los procesos en los que más implantado está el uso de estas tecnologías y que probablemente más rápido se pueden obtener beneficios,

hay multitud de aplicaciones como pueden ser la mejora del ambiente laboral, la reducción del absentismo, la ayuda en la negociación de un convenio colectivo a través de la obtención de necesidades reales de la plantilla, o la predicción de contratación masiva en un determinado momento por el análisis predictivo del comportamiento del mercado, tomando medidas antes de que el propio negocio lo demande, lo que, además de mejorar el funcionamiento del propio departamento, consigue que realmente la función de la gestión de recursos humanos se puede poner al servicio del negocio y no estar a demanda o reaccionando tarde frente a necesidades del negocio.

Por último, conviene tener en cuenta que el uso de este tipo de herramientas está siendo regulado en un primer momento para garantizar como mínimo dos principios la igualdad entre las personas y el de garantizar la protección de los datos. Centrándonos de

nuevo en el proceso de la selección, ya hay legislación en Europa que trata de garantizar que en concreto en el proceso de selección a través del análisis del Big Data o el uso del machine learning garantice la protección de los datos personales, así como la igualdad entre personas, es decir, estas tecnologías pueden ayudar a hacer filtros o preselecciones, pero no pueden hacer directamente la selección de un candidato atendiendo a unas peticiones, porque no garantizaría el principio de igualdad entre las personas, puesto que directamente seleccionaría una persona concreta analizando datos como sexo, edad, raza, salud, o incluso pensamiento, y, por tanto, obviando la igualdad entre personas. Estas técnicas, deben ayudar a acercarse lo más posible a la persona que la compañía necesita, pero sin discriminar por motivos que no sean puramente laborales.

Sin duda, el uso del dato, el aprendizaje autónomo y la toma de decisiones automáticas por parte de las herramientas no sólo vinculadas al negocio, sino también a la parte más corporativa, como es la gestión de personas, están más implantados y la realidad es que el desarrollo que está teniendo en todo el mundo y en todo tipo de organización va a hacer que sea imprescindible para cualquier tipo de compañía que quiera mantener un buen nivel de competitividad. ■

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



MÁS INFORMACIÓN



[Big Data. Privacidad y Protección de datos](#)



[Reforma de la protección de datos en la UE y los macrodatos](#)



Digital Security



Todo lo que necesitas saber de Ciberseguridad está a un clic

Una propuesta informativa compuesta por una publicación digital, una página web para profesionales de la seguridad, así como Dialogos ITDS, Webinars o desayunos de trabajo con los principales referentes del sector... ¡¡¡Y no te pierdas nuestras entrevistas!!!

Banca post-Covid-19

Heródoto sentenció, hace 25 siglos, que debíamos guiar nuestro aprendizaje sobre la base del dolor ("pathemata mathemata"), para que los sufrimientos y errores se constituyeran en enseñanzas a través de las cuales alcanzar el conocimiento y la perfección. Una situación adversa puede ofrecer la oportunidad de convertirse en un riguroso banco de pruebas con el que superar las limitaciones, transformar el carácter, ordenar las prioridades y ajustar la visión del mundo a las posibilidades que ofrece una nueva realidad, no solo la

exterior sino la que ha fortalecido un interior salvado de un destino incierto.

Son muchas las voces que aconsejan aprovechar estos momentos de desazón mientras que en la calle muchos profesionales se juegan la piel cada día por los que no somos esenciales; por ello, tenemos el deber de cambiar la escala de valores para otorgar a cada profesión la valía que realmente le corresponde en una sociedad en la que todos somos interdependientes. En situaciones como la actual, uno de los sectores que está jugando un papel crucial es el financiero y,

adicionalmente, los ecosistemas de pagos electrónicos. La banca ha sabido reaccionar manteniendo su actividad, adoptando soluciones para mitigar la presión deudora sobre sus clientes e intermediando en la oferta de financiación pública para las empresas y, sobre todo, aprovechando los avances que habían realizado en la digitalización de sus servicios. Por otro lado, los sistemas de pago han demostrado ser estables, confiables y resistentes al incremento de transacciones en comercio electrónico y en tarjeta por la no utilización del dinero efectivo.



José Manuel Navarro

CMO MOMO Group



José Manuel Navarro Llena es experto en Marketing, Durante más de treinta años ha dedicado su vida profesional al sector financiero donde ha desempeñado funciones como técnico de procesos y, fundamentalmente, como directivo de las áreas de publicidad, imagen corporativa, calidad y marketing. Desde hace diez años, basándose en su formación como biólogo, ha investigado en la disciplina del neuromarketing aplicado, lo que le ha permitido dirigir, coordinar e impartir formación en diferentes masters de neuromarketing en escuelas privadas y en universidades públicas. Es Socio fundador de la agencia de viajes alternativos [Otros Caminos](#), y de la entidad de dinero electrónico con licencia bancaria otorgada por el Banco de España [SEFIDE EDE](#) de la que en la actualidad es director de Marketing. Autor de "El Principito y la Gestión Empresarial" y "The Marketing, stupid", además de colaborador semanal desde 2006 en el suplemento de economía Expectativas del diario Ideal (Grupo Vocento).



Este sector tendrá que aprender de la experiencia “asiática”, en la que las grandes empresas han dejado a un lado las previsiones macroeconómicas para tomar decisiones en el “muy corto plazo”

Desde el auge de la pandemia por el Covid-19, los entornos financieros y de pagos se han mantenido estables a pesar de la enorme perturbación económica que ha supuesto la parada de la actividad productiva y el incremento desatado del desempleo; pero, a la larga, el bloqueo generalizado de la economía puede repercutir sobre esta industria a no ser que demuestren una gran capacidad de innovación y empuje para transformar la nueva “normalidad” a la que hemos de enfrentarnos en, esperemos, dos o tres meses.

Hacer proyecciones sobre el comportamiento de la economía es arriesgado ya que todo dependerá de la compleja interacción entre las diferentes actividades, del panorama de los tipos de interés y las pautas de liquidez asociadas, de la evolución del comportamiento individual y colectivo, y de la eficacia de la respuesta fiscal, monetaria y pública que adopten los bancos centrales (McKinsey). Es previsible que el sector de los

pagos refleje la caída de las transacciones transfronterizas por la recesión de la hostelería, el turismo y el comercio minorista, la recuperación del comercio de primera necesidad local y el estancamiento de las cadenas de suministro globalizadas. El efectivo también se ha puesto en cuarentena a favor de los pagos sin contacto, sin embargo, es necesario abordar estrategias innovadoras para consolidar este uso de conveniencia temporal y plantear alternativas a la recaudación y gestión de efectivo.

Por su parte, el sector financiero tendrá que dar el salto definitivo para igualar los estándares digitales de las Fintech y ambos tendrán que apoyarse en el uso de tecnología Blockchain, Inteligencia Artificial y Ciencia de Datos ligada a la economía del comportamiento para aportar soluciones personalizadas y automatizadas a unos usuarios que han acelerado su proceso de adopción de las nuevas tecnologías en todos los ámbitos, y

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



que demandan la aportación de un mayor valor en la experiencia de uso y un sentido diferente acerca de la propiedad de su dinero, más allá de la satisfacción de una necesidad financiera.

Además, este sector tendrá que aprender de la experiencia “asiática”, en la que las grandes empresas han dejado a un lado las previsiones macroeconómicas para tomar decisiones en el “muy corto plazo” para adaptarse a un mercado que ha tenido que reaccionar con urgencia ante la gravedad de la situación. Sus equipos operativos han focalizado la atención en la toma de datos en tiempo real del comportamiento de sus clientes y de las variables externas que condicionan su conducta de compra y sus expectativas financieras, de manera que obtienen el mapa real de los procesos microeconómicos que determinan la trayectoria de su economía en un modelo “one to one” que se construye diariamente. ■



MÁS INFORMACIÓN



[McKinsey: Implicaciones de Covid-19 para los negocios](#)



CLOUD, LA PLATAFORMA QUE LO CAMBIA TODO



Pocas son las empresas que hoy no tengan alguno de sus elementos de TI en la nube. El modelo de cloud, con sus diferentes sabores, está avanzando entre las organizaciones con una clara tendencia hacia modelos híbridos (combinación de nubes privadas y públicas), y multicloud. IT Research tiene como objetivo conocer la realidad digital de las empresas y con este estudio, ha buscado aquellos datos que reflejan el estado de los modelos cloud.

Interacciones virtuales eficaces con el equipo

Liderazgo con Psicobusiness para una nueva realidad relacional

Podemos empezar el artículo destacando, directamente, que si de algo ha servido el confinamiento ha sido para el aumento de la penetración que ha tenido, en la mayor parte de la sociedad, las tecnologías. Siendo más concreto, el trabajo en remoto desde casa mediado por la interrelación virtual (tecnológica) se ha multiplicado. Y es que no olvidemos que el cambio no depende de la disponibilidad de la tecnología, sino del cambio de la psicología de las personas y cultura de las organizaciones; y este cambio no se produce si no es a través de la asunción de información nueva relevante para el beneficio del sujeto. Esta información podría ser "No te conectas por Skype no facturas" o "si no te conectas a la reunión virtual, es como si faltases al trabajo".

Así que al prototipo del "yo soy más de presencial" se le ha acabado la excusa, ya que todos en bloque (o la mayor parte del



 **Asier de Artaza**

Director de

www.yesmanagement.es

Nacido en Bilbao hace 45 años, es Top Ten Management Spain en Psicobusiness, en desarrollo directivo, equipos de alto rendimiento y transformación cultural. Con un capítulo especial en estrategia y generación de negocio negociación, gestión de conflictos, interacciones y relaciones positivas. Además, es asesor in company sobre marketing estratégico industrial y tecnológico, donde negocio y personas son aspectos clave. Ha formado parte de varios consejos de administración, y trabajado en 8 compañías, sectores y localizaciones. Licenciado en Empresariales y Marketing, en la actualidad cursa las últimas asignaturas de su segunda carrera, Psicología. 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.

mundo laboral) nos hemos convertido en “yo también me manejo en virtual”, si no lo éramos ya.

Con lo que, dicho esto, ya contamos con una paleta mayor de colores para nuestras interacciones, en nuestras reuniones. Podemos realizar intercambios comunicativos de diferente grado con nuestros colegas, desde los más superficiales a los más profundos. Así que dependiendo de lo de completa y profunda que se requiera de la interacción con la comunicación, tenemos desde el correo electrónico, mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram...), teléfono, vídeo/audio mensajería, y, ahora más que nunca, la interacción virtual (Skype, Zoom...). Y claro, hasta la relación más plena, la presencial. Y no es que antes no tuviésemos esta interacción virtual, ya que esto es de hace más de una década, sino que ahora hay mucha más gente que la usa, y la misma gente que la usaba ahora la usa en más ocasiones.

Ahí nos queda la aportación del maldito Coronavirus, ahora podremos aprovechar mejor el tiempo de interacción, en muchas ocasiones sólo apoyado en una “gama media de profundidad”, es decir que una llamada podría ser insuficiente, pero que tampoco se justifica el desplazamiento presencial. Amén de otras ventajas, como



que en una reunión en remoto sigues sentado en tu sitio, con todas tus herramientas a mano, y a un segundo de poder volver con lo que estabas previamente; o incluir a un nuevo componente sobre la marcha. En fin y bastantes ventajas más que no son el foco de este escrito.

Pero, como decíamos previamente, hay un continuo de profundidad de unos elementos a otros, y la relación virtual con otra persona, con un equipo o con un colectivo amplio, también tiene sus limitaciones propias y, por tanto, también surgen una serie de consideraciones adicionales para apaciguar éstas.

Y es que este escrito va de mejorar la productividad de nuestras reuniones virtuales con personas que no son virtuales. Lo cierto es que tampoco los encuentros presenciales que tenemos suelen ser para nota, más bien al contrario, la mayoría de las reuniones en persona carecen de algunos principios fundamentales.



Estas carencias se potencian en el nuevo formato que se nos presenta.

Y como el Psicobusiness trabaja el cómo funciona la mente y la actuación de las personas, poniendo este conocimiento práctico al servicio del negocio y viceversa; apliquémoslo a este caso de la “reunión por video conferencia”. Y empezamos ya de golpe con la siguiente máxima “en la comunicación entre personas

es imposible la comprensión total". Y es que la comunicación es muy imperfecta por naturaleza. Suelo poner el ejemplo de que se suele decir que una imagen (foto) vale más que mil palabras; o dicho al revés, para trasladar a tu interlocutor de lo que se compone una foto necesitamos más de mil palabras.

Ahora imaginaros algo tan abstracto como una imagen mental, es decir, una idea, una opinión, un concepto, una visión de cómo realizar... vamos, lo que tengamos en nuestra mente. ¿Cuántas palabras se necesitarían para trasladar o recibir una opinión correcta de otra persona? Con lo cual, el tema no es fácil.

Y en cuanto a las diferencias entre la comunicación en una reunión presencial y las mantenidas por Skype, Zoom u otras plataformas, tenemos diferencias claras como la ausencia de contacto, falta de ambiente de compañerismo o corporativo y nada de networking. También nos encontramos con la falta o menor percepción de preocupaciones y actitudes individuales, pérdida de la comunicación no verbal de los asistentes, ausencia de feedback inmediato, nada de aquella función conativa de comunicación (estar expectante de una respuesta de la audiencia a un mensaje que has emitido), la sensación de soledad

del comunicante al hablar, posibilidades de distracción infinitas en su entorno lleno de estímulos, donde no hay presión del grupo o del que dirige la reunión, con mayor facilidad de "ocultarse", sobre todo si el grupo es amplio...

Así que pasemos a las cuestiones a reforzar para conseguir cumplir nuestros objetivos en este diferente acto comunicativo. Primero, resaltar lo importante de la excelencia en la escucha activa para poder acercarnos a esa idea mental que nos está tratando de transmitir la otra persona, porque, repitémonoslo una y otra vez, la comunicación está condenada a ser imperfecta, así que pongamos todo lo que podamos para corregirla.

Y es que, si no trabajamos por identificar bien lo que nos pretenden decir, estaremos tratando sobre temas diferentes, pero pensando que estamos hablando de lo mismo. Así que este aspecto de la reunión que podía parecer un tanto naive, resulta que ocupa un puesto por delante, de cualquier otro factor o de los importantes puntos de la agenda. Y aquí viene la principal cuestión, si los asistentes no tienen o no manifiestan escucha activa, como es lo normal por este canal, habrá que tenerlo siempre presente y promover dicha escucha activa.

El coronavirus no sólo nos está trasladando al mundo virtual y sus ventajas, sino dadas las presunciones de imperfección comunicativa virtual, de una vez por todas nos está obligando a hacer las reuniones, virtuales o no, ¡como Dios manda!



Porque incluso si te encuentras satisfecho con tu actuación, pregunta específicamente a alguna persona de la audiencia aspectos concretos, que no son simple hechos, sino opiniones, de lo que ha entendido, te darás cuenta de que “la no respuesta” durante la reunión, no significaba entendimiento. Ante tu consulta específica general a los asistentes observarás que la gente baja su cabeza, como sistema de defensa para no ser directamente preguntado, porque posiblemente se habían enterado de bastante menos de lo que creías.

Y a la complejidad del traslado de una idea mental podemos añadirle más elementos como cuál es la capacidad comunicativa de la persona que emite y cuál es la capacidad comprensiva de la persona que recibe, y un largo etcétera. Y ya ante la virtualidad de la situación y el contexto casero mencionado en el que se produce la comunicación, le sumamos las limitaciones del canal por el que se emite requiriendo de un compendio de determinantes formas y herramientas de comunicación que debemos considerar.

Con lo cual pasemos directamente a elementos a manejar y poner en acción en nuestras reuniones virtuales en remoto. Debemos apelar a la mayor necesidad



de autodisciplina del compañero, transmitir mayor confianza en su capacidad y proactividad para hacer esta reunión lo más efectiva posible.

Todo esto haciéndole consciente del contexto, más independiente y que puede producir más cansancio de atención y concentración que el presencial; y de la ausencia de supervisión “física”, que aunque generalmente no es explícita, está ahí inherentemente en las reuniones presenciales. Por lo que ahora le toca a él activar una mayor autodisciplina. También se puede apelar a la existencia de una nueva filosofía de trabajo universal, basada en el funcionamiento en equipos distribuidos, y cómo ésta es en sí misma una competencia profesional necesaria en la que debe demostrar desenvolverse bien.

Y seguimos con la necesidad de no descuidar sino promover mecánicas importantes que fomenten la presencia activa

y la participación. Por ejemplo, tener todos, la cámara personal siempre activada y realizar preguntas constantes cortas, directas, nominales y relacionadas con la cuestión que se está tratando.

La utilización de diferentes recursos de dinamización e interacción también es fundamental, tipo encuestas online, de alguna de las plataformas utilizadas o externas como kahoot por ejemplo, la creación de “quizzes” (elegir una respuesta u opción), realización de ejercicios y puesta



en común, uso de la actualidad del sector, de la empresa o algún acontecimiento relevante como punto de debate.

En este sentido, una práctica que me parece especialmente útil, si procede con los objetivos y lo permiten los contenidos, tiempos... es crear pequeños equipos de trabajo, de no más de 4 personas, distribuirlos en subsalas virtuales y encomendarles una actividad con un objetivo informado. Estas subreuniones dinamizan mucho, fomentan la participación, la relación entre ellos, la auto gestión de la participación y son muy ágiles en algunas herramientas como Zoom, por citar un ejemplo.

Y, cómo no, facilitar con anterioridad claridad y recursos complementarios que la hagan más productiva, como lo que a ellos les toca preparar antes de asistir o entregas a realizar. También documentación a repasar, vídeos explicativos y adelantos de los contenidos, los objetivos de la reunión, puntos de la agenda y su importancia, y cuáles requieren de mayor participación y, de qué manera, indicar una distribución de tiempos orientativa... En definitiva, ganar en la calidad de la reunión, con trabajo previo, entendimiento del cometido y forma de la reunión, e invitar a la reflexión previa para no depender tanto de todo el efecto en el just in time.

Es decir, tratarlo como un todo, con diferentes momentos y elementos que hacen de la reunión una experiencia completa, y no sólo una actividad en un tiempo que va del inicio al final del encuentro. Una comunicación ampliada que incluye el uso de más recursos complementarios que cubren parte de las desventajas, y que producen finalmente un efecto equivalente al de la reunión presencial. También con sus recursos complementarios, plan de actividades y puestas en práctica post reunión.

Finalmente, el coronavirus no sólo nos está trasladando al mundo virtual y sus ventajas, sino dadas las presunciones de imperfección comunicativa virtual, de una vez por todas nos está obligando a hacer las reuniones, virtuales o no, ¡como Dios manda!

Por último, algunas pequeñas recomendaciones tecnológicas, sobre todo, si el encuentro es de relevancia o cuenta con muchos participantes. Antes de comenzar la sesión, garantiza que el equipo funciona: cámara, micrófono, conexión, entorno y aspecto de la transmisión. Practicar cuestiones básicas como la distancia a la cámara, ángulo (visualización $\frac{3}{4}$ frontal tipo presentador de televisión) repasar configuraciones, permisos y las

¿Te ha gustado este reportaje?

Compártelo en redes



aplicaciones a utilizar. También recomendaría hacer una pequeña prueba de desarrollo de la reunión para detectar alguna otra anomalía o necesidad de mejora. Siempre surge algo.

¡Ah! Y si alguien manifiesta problemas en la conexión, ya sabes, con que sólo haya un tercer asistente que funciona con normalidad, el problema es de él. De forma ágil le indicas "apaga y reinicia el equipo, repasa la configuración de red, audio y vídeo... y si te sigue sin funcionar, repásalo mejor para la próxima ocasión y te enviaremos un resumen ejecutivo de la reunión". Pero no comentas el error del principiante de enfrascarte en cuestiones tecnológicas. ■



MÁS INFORMACIÓN



[Tres pasos para que las reuniones virtuales sean productivas durante el confinamiento](#)



[Conferencias y reuniones virtuales](#)

Ante la virtualidad de la situación y el contexto casero en el que se produce la comunicación, le sumamos las limitaciones del canal por el que se emite, requiriendo de un compendio de determinantes formas y herramientas de comunicación que debemos considerar



User
TECH & BUSINESS

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

