



facebook



twitter



newsbook.es

>> La revista del distribuidor informático

Newsbook

Taf
editorial

Año XXVII N° 278 Enero 2021

0,01 Euros



Eleva tu entorno con dispositivos con Windows 10 Pro modernos.

HP Impulsa

Toda la tecnología que necesita tu empresa **desde 40€ al mes.**



HP ProBook 830 G6 x360

- Windows 10 Pro 64
- Pantalla 13.3"
- Memoria 16 GB DDR4-2400 SDRAM (1x 16GB)
- Intel® Core™ i5-8265U
- Disco Duro 512 GB PCIe® NVMe™ M.2 SSD
- Gráficos Intel® UHD 620

Consulta con tu mayorista habitual





Encendamos la luz de la
esperanza en **2021**

¡Feliz año!



grupotai

Tai Editorial - Tu web soluciones - Servixmedia

Newsbook



Año XXVII N° 278 Enero 2021

0,01 Euros

Fabricantes y mayoristas hacen sus previsiones de cara a este 2021

¿Qué deparará 2021?

Acabamos de cerrar el año más complicado de las últimas décadas, marcado por la expansión de la covid-19. Un virus que ha impactado en todos los órdenes: sanitario, social y económico. El sector tecnológico, señalado como fundamental en los meses más duros de lucha contra su expansión, se tornó en bastión para permitir a las empresas garantizar su continuidad de negocio.

Ahora, con todo por delante, se abre un 2021 lleno de incertidumbre. Fabricantes y mayoristas hacen sus previsiones de cara a este año en el que todos prevén que la implantación del teletrabajo se afianzará, seguirá el desarrollo de los proyectos de transformación digital de las empresas y aumentará el consumo de la nube en España. **N**

Sigue en pág. 8



El canal, artífice del crecimiento del software de gestión



Venía exhibiendo crecimiento el área del software de gestión en los últimos años. Un ascenso que, a pesar de la expansión de la covid-19 el pasado ejercicio, siguió manteniéndose por las necesidades de las empresas por asegurar su actividad. Las herramientas de gestión siguen siendo imprescindibles en las partidas de inversión de las compañías y han debido afrontar en los últimos tiempos el importante reto de adaptarse a los entornos de la nube. AHORA, Microsoft, Sage y Wolters Kluwer son nombres claves de este entorno. **N**

Sigue en pág. 30



Cloud Marketplace: el espaldarazo definitivo de Esprinet en el espacio de la nube

Ofrecer a su red de distribución la posibilidad de ofertar servicios en la nube. Ese es el propósito principal que persigue el grupo Esprinet con el lanzamiento de Cloud Marketplace, su plataforma para este entorno que aúna hardware, software y servicios. Con ella el mayorista da un paso decisivo para que el desarrollo de soluciones como servicio sea un pilar básico en su estrategia de negocio. **N**

Sigue en pág. 28



La impresión 3D enarbola su valor en la lucha contra la covid-19

Circunscrita casi únicamente al segmento de la educación, la lucha contra la expansión de la pandemia permitió colocar al segmento de la impresión 3D como una de las armas para aprovisionar de material sanitario de protección contra el virus. **N**

Sigue en pág. 40



2021: a vueltas con la esperanza

No creemos que queden muchos epítetos en nuestro real diccionario de la lengua española por utilizar (los negativos, sobre todo), que nos ayuden a definir el ya defenestrado 2020. No vamos a ahondar más en su calificación. Hemos cerrado año y ante nosotros se abre, impoluto, 2021. Listo para que escribamos un nuevo capítulo y, ojalá, empecemos a vencer, definitivamente, a la covid-19.

Ante nosotros se abre un abanico enorme de retos. El primero, el sanitario. La llegada de la vacuna a finales de 2020 ha permitido descorchar, aunque sea tímidamente, la esperanza de la inmunidad. Y, con ella, del esperado freno a esta cruel pesadilla. Como también hemos escrito en numerosas ocasiones, entre las cosas "positivas" que nos dejó 2020 fue observar el trabajo de los sanitarios y de los científicos. Incansables al desaliento. Todo un ejemplo para todos.

Tras la salud, lo más importante, valioso y también frágil que tiene el ser humano; se abre el reto económico. La covid-19 ha dejado en España un reguero doloroso de paro que ha agrandado, aún más, las diferencias entre unas clases y otras. Las crisis golpean siempre a los más débiles y esta no ha sido una excepción. Tras las tiras y aflojas europeas, a España llegarán en los próximos 3 años alrededor de 59.000 millones de euros que deberán utilizarse para acelerar el motor de la competitividad y la productividad perdida. Unos millones que deberán servir también para reducir las brechas sociales y para proteger e incentivar a las pymes. Con ellas se teje el 99 % de nuestra vestimenta empresarial y son la fuente de trabajo del 80 % de nuestra fuerza laboral. Han sido golpeadas y vapuleadas de manera inmisericorde, no solo en 2020, sino siempre y, ahora, tenemos una oportunidad inmejorable de ofrecerles un soporte fundamental. No se trata de subvencionar a fondo perdido ni de invertir en aventuras sin sentido sino de ayudarles a dar el sí definitivo a su digitalización. Que es un sí al futuro.

Por último, se abre un gran reto político. Tampoco vamos a insistir en el "espectáculo" ofrecido en el templo de nuestra democracia durante todos estos meses. Es cierto que el huracán viral que se ha producido era un reto que le venía grande a cualquiera. Lo que no les debería parecer grande a ninguno es darse cuenta de que solo sumando se llega más lejos. Quizás en este 2021 abran mentes y aúnen esfuerzos. Ejemplos tienen muchos y en cualquier área que observen.

Y, se preguntarán, ¿y el sector tecnológico? Sencillo. Tiene que seguir demostrando que es esencial. Tanto los fabricantes como todos y cada uno de los miembros del canal. Su labor de consultoría en las empresas es esencial, ahora más que nunca: ayudarles a descubrir en qué y de qué manera deben invertir la tecnología va a determinar el éxito.

Despidamos 2020. Que no vuelva más. Y abramos la ventana de la esperanza de 2021.

No está permitida su reproducción o distribución sin la autorización expresa de Técnicos y Asesores Informáticos Editorial, S.A. Le informamos que sus datos personales y dirección de correo electrónico serán tratados por Técnicos y Asesores Informáticos Editorial, S.A., como responsables del tratamiento, con la finalidad de llevar a cabo una gestión de carácter comercial, y para el envío de nuestra publicación y también de comunicaciones comerciales sobre nuestros productos y servicios, así como de terceros que consideramos puedan resultar de su interés. Los datos serán cedidos a Tu web soluciones, compañía de posicionamiento y análisis, S.L. y Cia, para la Empresa Servimmedia S.L., empresas colaboradoras del responsable que tratarán los datos con las mismas finalidades. Siendo conservados mientras no manifieste su oposición a seguir recibiendo el servicio solicitado. Puede usted ejercer los derechos de acceso, rectificación o supresión de sus datos, dirigiéndose a arco@taieditorial.es para más información al respecto, puede consultar nuestra Política de Privacidad en https://taieditorial.es/politica/

Especial
Así será 2021

2021
8

Fabricantes y mayoristas adelantan sus previsiones para este ejercicio

Debate
Software de gestión

30

AHORA, Microsoft, Sage y Wolters Kluwer

En profundidad
VMware

46

El teletrabajo: ya no hay marcha atrás

Canal

Platinum Equity compra Ingram Micro a HNA Group Pág. 5

Arrow firma un nuevo acuerdo con Broadcom Pág. 5

Esprinet crea un equipo de liderazgo para impulsar el crecimiento Pág. 6

Exclusive Networks compra Nuaware Pág. 6

Oracle sigue avanzando en su estrategia en la nube Pág. 7

Actualidad

En portada

Impresión 3D en el sector sanitario Pág. 40

Una colaboración que puede dibujar un futuro lleno de innovación

En profundidad

Esprinet Pág. 28

El mayorista ofrece servicios en la nube de última generación en su nueva plataforma

Vinzeo Pág. 32

Más cerca que nunca de los distribuidores

Context Pág. 34

La encuesta ChannelWatch 2020 analiza la evolución del canal

Exclusive Networks Pág. 36

Buen balance para la oficina ibérica

Pure Storage Pág. 42

Mejora su oferta de almacenamiento como servicio

Arsys Pág. 44

El proveedor asienta su negocio en la nube

Newsbook

Síguenos en @newsbook_tai

EDITA
T.A.I. Editorial, S.A.
(Técnicos Asesores Informáticos Editorial, S.A.)
www.taieditorial.es

Avda. Fuencarral, 68
28108 ALCOBENDAS (Madrid)
tel. +34 91 661 61 02
e-mail: correo@taieditorial.es

DIRECTORA
Marilés de Pedro • mariles@taieditorial.es

REDACCIÓN Y COLABORADORES
Rosa Martín • rmartin@taieditorial.es
Inma Elizalde • inma@taieditorial.es
Olga Romero • olga@taieditorial.es

PUBLICIDAD
David Rico • david@taieditorial.es

PRODUCCIÓN
Marta Arias • marta@taieditorial.es

OTRAS PUBLICACIONES

MIEMBRO DE FEDERACION INTERNACIONAL DE LA PRENSA PERIODICA

DISTRIBUCIÓN **Publístic Publicidad Directa, S.A.**
C/ Fundidores, 53 (Pol. Ind. Los Angeles)
28906 Getafe - Madrid
Telf. 91 683 76 92

DEPÓSITO LEGAL M-20480-2002
ISSN 1696-6147 Impreso en papel ecológico

directorTIC **tpvnews** **PYMES** **Negocios en informática**

Platinum Equity compra Ingram Micro a HNA Group

La compañía inversora Platinum Equity ha anunciado un acuerdo para adquirir Ingram Micro a la compañía HNA Technology, que forma parte de HNA Group, por un importe de 7.200 millones de dólares. La transacción, que se completará en el primer semestre de 2021, está pendiente de la aprobación de los accionistas de HNA Technology y de las entidades regulatorias.

Ingram Micro, fundada en 1979 y con sede en Irvine, California, formaba parte desde 2016 del grupo HNA. Ahora, con este cambio de accionistas, el mayorista abre una nueva etapa en la que contará con los recursos y el apoyo financiero de Platinum Equity para seguir creciendo y afrontando la transformación digital.

"Ingram Micro es un líder de la industria, una de las más grandes compañías en el mundo, y será una inversión fundamental en nuestra cartera", señaló Tom Gores, presidente y CEO de Platinum Equity. "Tenemos los recursos y la experiencia para ayudar a la empresa a llevar a cabo una agresiva agenda de crecimiento y transformación".

El mayorista, que cuenta con más de 35.000 empleados y opera en 60 países, ofrece un amplio *portfolio* de productos compuesto por más de 2.000 marcas y atiende a más de 250.000 clientes y *partners*. Tras la adquisición, Alain Monié, actual CEO de Ingram Micro, continuará al frente de la compañía y su sede central seguirá en Irvine.

Monié destacó que la experiencia y los recursos de Platinum Equity le convierten en el socio ideal. "Hacer equipo con Platinum nos proporciona una oportunidad de fortalecer aún más nuestra ventaja competitiva en la nube, acelerar nuestra transformación digital y acelerar la expansión de nuestra cartera de soluciones y servicios especialmente para mercados de alto valor".

El directivo también resaltó que ahora podrán ampliar su alcance geográfico, entrar en nuevos segmentos del mercado y ejecutar sus objetivos. "HNA



ha sido un buen *partner* para Ingram Micro, lo que nos ha permitido seguir innovando y expandiendo nuestro negocio global. Esperamos tener la oportunidad de acelerar esta trayectoria con Platinum". Wang Duan, presidente de HNA Group en Norteamérica, mostró su satisfacción por el acuerdo que proporciona "un sólido retorno de la inversión de HNA, mientras que se asegura que Ingram Micro tenga un socio comprometido para invertir en su crecimiento futuro".

Ingram Micro
Tel.: 902 506 210

Arrow firma un nuevo acuerdo con Broadcom

Arrow se ha convertido en el primer "Commercial Aggregator", distribuidor para el segmento SMB, del negocio de Symantec Enterprise Security, gracias al nuevo acuerdo firmado con Broadcom, compañía propietaria de Symantec desde finales de 2019.

El acuerdo, que está vigente en varios países europeos, incluido España, permitirá que Arrow ofrezca soporte técnico directamente a los clientes de Broadcom y ayude al canal para generar nuevas oportunidades.

Alexis Brabant, vicepresidente de ventas de EMEA para la división de negocio Enterprise Computing Solutions de Arrow, señala que "Arrow está bien posicionado para ofrecer servicio a una gran base de clientes con soluciones de seguridad y servicios de valor añadido dentro del "Aggregator Program" de ciberseguridad de Broadcom, basado en nuestro comprobado historial con Symantec durante muchos años".

La relación de Arrow con Symantec comenzó hace 20 años y esta nueva alianza renueva su compromiso de inversión para impulsar nuevas estrategias de comercialización e iniciativas del canal. Las soluciones Symantec Endpoint Security y Symantec Email Security Service se encuentran disponibles en EMEA en ArrowSphere.

Arrow
Tel.: 91 761 21 51



PUBLICACIONES

Para profesionales del canal de distribución TIC



Para empresas y canal especializado en POS, captura de datos y retail



Para los gerentes de la pyme



Para C-Level de mediana y gran empresa



Esprinet crea un equipo de liderazgo para impulsar el crecimiento del grupo

Leadership Team del Grupo Esprinet es la nueva estructura corporativa que tiene como objetivo impulsar el crecimiento del mayorista a través de la implementación y coordinación de estrategias y actividades. Alessandro Cattani, administrador delegado; y Giovvani Testa, director general, se ocuparán de llevar el control y la gestión de las entidades legales de la sociedad.

Cattani y Testa forman la dirección general del grupo, a quien debe reportar directamente el equipo directivo de GELT. A la nueva estructura se han incorporado Pietro Aglianò, *chief administration & risk officer*, Cesare Pedrazzini, CIO, Nunzio Punzi, *back office director*, y Ettore Sorace, *HR director*. Todos ellos son miembros del equipo *corporate* de Esprinet.

Asimismo, GELT cuenta con los directores comerciales locales en Italia e Iberia. Luca Casini, *country manager business*, Simona Ceriani, *country manager consumer*, José María García, *country manager* de Esprinet Ibérica y Javier Bilbao-Goyoaga, *country manager* de *advanced solutions*, Vinzeo y Esprinet Portugal.

"Con la constitución del GELT hemos creado el equipo de *management* que tendrá la tarea de implementar las estrategias de crecimiento los próximos años", ha comentado Alessandro Cattani. Tal y como ha explicado, esta nueva estructura "tendrá las competencias



de guiar y reforzar el liderazgo de Esprinet en las áreas de negocio tradicionales de distribución TI y electrónica de consumo". Pero también deben "incentivar el desarrollo de innovación de procesos y servicios orientados a incrementar la participación de valor añ-

do a la cadena tecnológica captada por el grupo", ha concluido. 

Esprinet

Tel.: 902 201 146

Exclusive Networks da sus primeros pasos en DevOps con la adquisición de Nuaware

Exclusive Networks ha adquirido Nuaware, un mayorista nacido en la nube y a la vanguardia en este mercado, DevSecOps o la gestión de contenedores. Gracias a esta incorporación, la compañía tiene una importante oportunidad para ampliar sus competencias, así como capitalizar los cambios en la demanda provocados por la transformación digital.

Sobre este acuerdo ha hablado Jesper Trolle, CEO de Exclusive Networks, quien ha reconocido que "esta adquisición nos coloca donde queremos estar en este espacio, para ofrecer a nuestros socios una plataforma de acceso a nuevas oportunidades de crecimiento". Asimismo, el directivo ha comentado que "ahora podemos hacer frente a los desafíos de un modo mucho más efi-

caz, mientras seguimos impulsando el crecimiento para las próximas generaciones de tecnologías disruptivas en el marco de la infraestructura digital segura y fiable".

Nuaware fue fundada en 2016 por Zaheer Javaid y Luke Hasty y trabaja tanto con grandes proveedores de servicios integrados de sistemas como con una red de consultoras especializadas en DevOps. La compañía seguirá operando como una unidad de negocio independiente y sus servicios de alto valor complementarán los de Exclusive Networks. 

Exclusive Networks

Tel.: 902 10 88 72

“La seguridad por diseño es clave para proteger los entornos en la nube”

Prevé Gartner que en 2024 el 99 % de las vulnerabilidades estará asociado a errores humanos. Un dato, inapelable, que debe vincular a la seguridad con conceptos como la automatización y la “activación” perpetua. “Disfrutar de una seguridad por diseño es clave”, recordó Félix del Barrio, vicepresidente de seguridad de la información y gestión de sistemas de Oracle en EMEA. La subida de las cargas a la nube pública por parte de las empresas, que este pasado año se ha incrementado por la coyuntura del mercado, debe llevar aparejada una adecuada estrategia de protección. “Las empresas deben protegerse de los errores humanos”, insistió. “Debe aplicarse una seguridad por diseño; basada en estrategias de Zero Trust y que siempre se mantenga activa”.

Los ataques no han disminuido su actividad en este complicado ejercicio. Entre febrero y abril, del Barrio recordó que se han multiplicado por 40: se pasó de 5.000 por semana en febrero a más de 200.000 por semana a finales de abril. “Son más sofisticados que nunca y han buscado, sobre todo, atacar al crítico segmento sanitario”, señaló. “Además han buscado la sustracción de datos confidenciales de usuarios”.

Entre los “agujeros” que explican las vulnerabilidades de las empresas se cuentan los errores de configuración, sistemas que no están adecuadamente parcheados y la falta de cifrado en los datos. “En muchas ocasiones, el

cliente que reconoce un fallo de seguridad no es por descuido, sino por desconocimiento”.

Seguridad compartida

En su estudio “Oracle and KPMG Cloud Threat Report 2020”, realizado a partir de las respuestas de 750 responsables de seguridad, el 67 % de los mismos reconocía que no estaba del todo seguro y que no comprendía el alcance del concepto de responsabilidad compartida en la nube.

Jesús Rodríguez, *solution specialist security and manageability* de Oracle, recordó que las capas de seguridad que ofrecen los proveedores *cloud* son imprescindibles pero “la última milla es responsabilidad



Félix del Barrio, vicepresidente de seguridad de la información y gestión de sistemas de Oracle en EMEA

del cliente”. El dato, insistió, es propiedad de la empresa. “En Oracle ayudamos, con herramientas específicas, a las empresas a controlar quién accede a los datos”. Una seguridad que alcanza la protección de las bases de datos y las aplicaciones. “Resulta clave ofrecer aislamiento *entre tenant*, básico para detener los ataques”, completó del Barrio. [N](#)

Oracle
Tel.: 902 302 302

La banca electrónica llega a a3innuva Contabilidad de Wolters Kluwer

Wolters Kluwer ha incorporado la banca electrónica a su solución contable a3innuva Contabilidad. Gracias a esta evolución los asesores podrán automatizar la gestión bancaria. Asimismo, tendrán acceso a la información financiera de sus clientes en tiempo real, ya que podrán conectarse de forma *on-line* con las entidades financieras de sus clientes, así como descargarse y contabilizar los extractos bancarios.

La conexión entre la solución de Wolters Kluwer y los bancos se realiza de manera segura siguiendo la normativa de la Directiva PSD2 y a través de una conexión vía API en colaboración con un *partner* certificado por el Banco Central de España. Además, a3innuva Contabilidad ha renovado su diseño facilitando una mejor navegación para tener toda la información contable de forma fácil e intuitiva.

Tomàs Font, *general manager* de Wolters Kluwer Tax & Accounting en España, ha comentado que esta incorporación “refuerza la propuesta de valor basada en la colaboración entre el asesor y su cliente y el acceso en tiempo real a toda la información”. Todos ellos “factores diferenciales de a3innuva Contabilidad para mejorar la productividad y eficiencia del despacho, así como la relación con las pymes”, ha indicado.

Font también ha explicado que el objetivo de Wolters Kluwer “es crear valor para nuestros clientes ofreciéndoles soluciones expertas que combinan un conocimiento profundo con tecnología y servicios avanzados para proporcionar unos resultados, un análisis y una productividad mejoradas”. [N](#)

Wolters Kluwer
Tel.: 902 330 083

Fabricantes y mayoristas hacen sus previsiones de cara a este 2021

¿Qué deparará 2021?

Acabamos de cerrar el año más complicado de las últimas décadas, marcado por la expansión de la covid-19. Ahora, con todo por delante, se abre un 2021 lleno de incertidumbre. Fabricantes y mayoristas hacen sus previsiones de cara a este 2021 contestando a estas dos cuestiones:

- 1.- En el excepcional 2020 que hemos vivido, en el que todas las empresas se han tenido que adaptar y reinventarse para garantizar su continuidad de negocio y en el que muchas compañías se vieron obligadas a parar, el sector TIC fue declarado sector esencial, ¿qué beneficios traerá esto en los próximos 12 meses? ¿Qué cree que han aprendido las organizaciones durante estos meses de incertidumbre?**
- 2.- A día de hoy resulta complicado hacer unas previsiones para el 2021, ya que todo va ligado a la llegada de la vacuna y la "normalización" de la actividad. Pero, en el caso concreto de su compañía, ¿cuáles serán las líneas de negocio que desean impulsar?**

 Rosa Martín y Olga Romero

ARROW

1.- Durante el pasado año se ha visto cómo las empresas y las organizaciones han tenido que hacer frente a grandes retos, que han traído como consecuencia una importante aceleración en los procesos de transformación digital de las compañías y de los organismos públicos. En cuestión de días, se han llevado a cabo transformaciones que hubieran llevado entre 3 y 5 años y nosotros, como mayoristas, hemos estado al pie del cañón, al lado de nuestros socios y apoyándoles en todo lo que han necesitado para llevar a cabo estos procesos.

Como consecuencia de esta situación, el sector TI ha vivido un impulso durante los últimos meses en los que las soluciones relacionadas con el teletrabajo y con la continuidad de los negocios han impulsado el crecimiento del sector de las tecnologías, como lo refleja la última encuesta de Context que recoge un crecimiento en torno al 9% durante los tres primeros trimestres de 2020. Muchas compañías han abordado estos procesos de transformación en los que el puesto de trabajo a distancia y soluciones como el *cloud*, la seguridad y la protección de las conexiones han venido para quedarse. Como mayoristas de valor hemos estado al lado de nuestros socios, continuando con nuestro trabajo como un sector esencial y sin parar en ningún momento, convirtiéndonos en un gran vehículo para llevar a nuestros socios donde tienen que estar, aportando las tecnologías y los conocimientos necesarios.

2.- Todo apunta a que en 2021 veremos cómo muchas de las tendencias del pasado 2020 se consolidan en torno al sector TI, como pronostican muchos organismos dedicados al sector. Las

administraciones públicas van a seguir acometiendo estos procesos de transformación, así como las empresas. Nuestro papel en el canal es acompañar estos procesos y dar respuesta a todas las necesidades tecnológicas de nuestros socios, para que las organizaciones sigan adoptando modelos tecnológicos que puedan ser considerados como una inversión en lugar de un gasto.

Según las predicciones del sector, las soluciones *cloud* van a seguir jugando un papel clave en estos procesos. En los últimos meses hemos visto una gran aceptación entre nuestros *partners* de nuestra plataforma Arrowsphere. Desde 2013 venimos trabajando en esta plataforma, que fue pionera en España. Una herramienta diseñada y definida para nuestros *partners*, en la que contamos con los fabricantes más potentes del mercado y en la que no dejamos de incluir soluciones. Esto se ve reflejado en la aceptación de los *partners* que utilizan y que se están incorporando a nuestra herramienta mensualmente, convirtiéndola en una plataforma que tiene una alta transacción multi-tecnológica.



Iñaki López,
director general de Arrow ECS
para España y Portugal

Por otro lado, otra de las áreas que ha vivido un repunte en los últimos meses y que todo apunta a que lo seguirá haciendo este año es el área de la seguridad. Hemos visto grandes ciberataques a sectores muy vulnerables como el sanitario y, además, las empresas han tenido que abordar proyectos importantes de seguridad relacionados con el teletrabajo y la continuidad del negocio. Las soluciones en la nube, tanto las soluciones *cloud* como las de seguridad en la nube, jugarán un papel destacado en los procesos de transformación de las compañías. También se presenta un aumento de la demanda en los entornos SecDevOps y en entornos de seguridad aplicada a la inteligencia artificial. Sin olvidar las soluciones más tradicionales del dato y de los centros de datos, que continúan creando demanda en las estrategias de TI; o las soluciones de los hiperescalares que también juegan un papel fundamental en el canal, en combinación con la consultoría y el conocimiento del cliente de nuestros socios.

Sin lugar a dudas, la formación y la certificación de los socios serán más importantes que nunca. Los socios continúan demandando formaciones actualizadas y certificaciones para seguir ofreciendo a sus clientes las tecnologías y los conocimientos que necesitan para llevar a cabo estos procesos de transformación. Gracias a estos servicios de valor y a acercar a nuestros socios las últimas innovaciones en tecnología, pueden seguir al lado de sus clientes, brindándoles la asesoría y el conocimiento de sus negocios y adaptabilidad que necesitan. Por este motivo en Arrow seguiremos apostando por la formación y ofreciendo a nuestros socios las mejores y más completas formaciones para que, entre todos, hagamos del 2021 un gran año.

BROTHER

1.- El Estado de Alarma decretado en marzo supuso la irrupción del teletrabajo. Una modalidad laboral que no estaba nada asentada en nuestro país pero que ha llegado para quedarse, ya que muchas organizaciones siguen teniendo a toda la plantilla, o a parte de ella, trabajando en remoto. Por eso, las empresas tecnológicas seguiremos siendo el *partner* que cualquier compañía necesita para adaptarse a esta nueva situación y garantizar la continuidad de su negocio.

Las empresas han tenido que llevar a cabo muchos cambios estructurales en todos los aspectos. En el ámbito de la impresión han tenido que implementar soluciones para evitar las aglomeraciones en áreas concurridas como los *corners* de impresión, instalando equipos más pequeños para atender las necesidades de grupos de empleados reducidos, en lugar de contar con uno o dos equipos grandes que cubran los requerimientos de toda la plantilla. Es lo que conocemos como impresión distribuida.

Además, el incremento del número de empleados trabajando en remoto ha generado un importante crecimiento del parque de impresión, lo que ha dado lugar a la urgente necesidad de contar con una solución que permita controlar todos los equipos instalados, tanto fuera como dentro de las instalaciones de las compañías. Una necesidad que cubrimos con nuestra solución de impresión hiperdistribuida, nuestra gran apuesta.

2020 ha sido un año de aprendizaje para todos, tanto desde el punto de vista personal como profesional. Centrándonos en este último, sin duda las compañías se han dado cuenta de que sus empleados pueden ser igual de productivos, o incluso más, independientemente de que trabajen en remoto o en la oficina. Y por supuesto no podemos negar que la covid-19 ha acelerado la transformación digital de muchos negocios que no hubiesen sobrevivido de no haber digitalizado sus procesos. Antes de la crisis sanitaria todas las empresas hablaban de transformación digital, pero solo un pequeño porcentaje había incluido este ámbito como parte fundamental de su estrategia de negocio. Hoy, la digitalización se ha convertido en un imperativo para cualquier tipo de compañía.

Pero para llevar a cabo una transformación digital efectiva, es fundamental considerar la impresión, sobre todo teniendo en cuenta el incremento de la modalidad de teletrabajo. Según el estudio que hemos llevado a cabo sobre la transformación digital de las empresas en Europa, una inmensa mayoría (94 %) confirmó que le resultaba difícil acceder a sus impresoras de manera remota, imprimir o escanear desde fuera de sus oficinas, imprimir desde mó-

viles o enlazar dispositivos personales a las impresoras corporativas. Por eso es hora de que las corporaciones empiecen a invertir en las soluciones adecuadas para permitir a sus empleados acceder en remoto a los dispositivos situados en la oficina desde cualquier ubicación, así como al escaneado e impresión desde cualquier ubicación.

2.- Teniendo en cuenta que el parque de impresión de las empresas se ha extendido, y que se seguirá extendiendo a lo largo de 2021, seguiremos apostando por los modelos de impresión distribuida y, sobre todo, por nuestra solución de impresión hiperdistribuida. Así ayudaremos a los departamentos de TI a monitorizar, incluso en remoto, todos los equipos que son propiedad de su empresa y reducir el tiempo que invierten en controlar los equipos de impresión para centrarse en tareas que son más estratégicas.

Esta necesidad de extender el parque de impresión, tanto dentro como fuera de las oficinas, ha hecho que los MPS cobren aún más protagonismo para que la gestión de los equipos no afecte a la actividad de las organizaciones. En 2021 los MPS seguirán creciendo y evolucionando para convertirse en un ámbito que toda empresa debería considerar como parte de su estrategia.

La identificación y el etiquetado también serán un área de crecimiento de negocio importante. Desde la adaptación de la señalización en los establecimientos según va variando la normativa a lo largo del tiempo, como el desarrollo del comercio *online* en general o los servicios de comida para llevar, ya sea *delivery* o *take away*, ha incrementado la demanda de este tipo de productos.

Finalmente, y dado que la demanda de dispositivos de digitalización de documentos ha crecido de forma exponencial, en Brother debemos continuar avanzando en esta línea, para seguir adaptándonos a las necesidades de cualquier compañía y sector, y a las circunstancias de cualquier situación.



José Ramón Sanz,
responsable de marketing de
producto de Brother Iberia

CANON

1.- Es cierto que el pasado 2020 ha sido un año excepcional, en el que todas las empresas hemos tenido que poner el freno, ver qué es lo que estábamos haciendo y reestructurar todo el plan que teníamos para ejecutarlo en función de la pandemia. La tecnología se ha comportado como un factor clave para hacer frente a la covid-19. Uno de los beneficios será la conectividad universal. La tecnología nos ha permitido estar más conectados que nunca aun estando distanciados. También destacamos el despegue del teletrabajo, que consolidará los espacios de trabajo híbridos, y comenzaremos a desmarcarnos de la cultura del “presencialismo” que impera en España.

De cara al futuro, la necesidad de reforzar la seguridad de los datos a la hora de almacenarlos y gestionarlos es quizás uno de los grandes aprendizajes que han extraído las empresas. Los entornos digitales permiten mucha más colaboración, movilidad y productividad, pero también entrañan una serie de ciberriesgos. Por ello, las empresas necesitan soluciones digitales que, además, les garanticen la máxima confiabilidad a la hora de gestionar y almacenar datos.

Finalmente, y desde un punto de vista más corporativo, ha quedado de manifiesto la importancia de la comunicación, tanto a nivel interno como con clientes y *partners*. En este sentido, en 2021 serán especialmente importantes tres factores en la comunicación: la transparencia, la cercanía y la bidireccionalidad.



José Manuel Echánove,
marketing country director en
Canon

2.- 2021 será el año en el que acompañaremos e impulsaremos junto a nuestros clientes soluciones digitales 360º en diversos ámbitos: impresión *cloud*, gestión documental, digitalización y procesamiento de documentos, etc. Desde Canon acompañaremos y asesoraremos a nuestros clientes para facilitarles su incursión en el entorno digital, que ha pasado de ser una alternativa a convertirse en una necesidad.

Además de la digitalización, en 2021 asistiremos a un año en el que las tecnologías de la imagen adquirirán mayor peso en la sociedad: vídeo analítica, tecnología médica de imagen, reconocimiento facial, control de aforos en espacios públicos, etc.

Por último, potenciaremos la vía de la sostenibilidad como parte de nuestra cultura corporativa. Apostamos firmemente por nuevas vías de circularidad y sostenibilidad, por lo que seguiremos en la línea de darle a nuestros equipos una segunda vida, haciendo que éstos sean

reciclables y más eficientes energéticamente para así ayudar con la disminución del CO2 y contribuir en la consecución de los objetivos de la agenda 2030.

Continuaremos poniendo en valor la comunicación interna y el talento humano que tenemos dentro de la empresa invitando a nuestros trabajadores a exponer sus ideas para lograr identificar nuevos nichos de mercado y ser más eficientes.

CHECK POINT



Mario García,
director general de Check Point
para España y Portugal

1.- El sector TIC ha surgido como un elemento clave para que el mundo empresarial no se parase por completo. La migración de infraestructuras y procesos a entornos digitales como consecuencia de la implantación del trabajo en remoto ha sido uno de los mayores hitos del pasado año. De hecho, precisamente la capacidad de teletrabajar ha sido una de las grandes “lecciones” aprendidas por las empresas ya que ha puesto de manifiesto la importancia de la digitalización de los negocios.

Por otra parte, creo que, dentro del sector tecnológico, la ciberseguridad ha sido uno de los negocios que mejor ha respondido ante esta crisis. En muy poco tiempo, las empresas han comenzado a tomar conciencia de la importancia de proteger todos sus dispositivos, redes e infraestructuras de los riesgos existentes en el mundo virtual. Como consecuencia, no sólo han mejorado su nivel de seguridad, aunque todavía hay un amplio margen de mejora, sino que han impulsado un sector como el nuestro que, de cara a 2021, seguirá siendo clave para el bienestar de las empresas a la hora de proteger entornos *cloud*, dispositivos móviles, etc.

Finalmente, es clave seguir desarrollando un trabajo de concienciación sobre la importancia de contar con estrategias de seguridad basadas en la prevención, no sólo contra las ciberamenazas ya conocidas, sino contra nuevas variantes. Este pasado año hemos visto cómo ha aumentado el uso del *ransomware*: en España creció un 160 % en el tercer trimestre, sobre todo debido a la vuelta de tuerca que han dado los ciberdelincuentes con nuevas variantes como la doble extorsión, que consiste en publicar algunos de los datos robados en la *dark web* para aumentar así su nivel de intimidación. Todo esto hace que de cara a 2021, uno de nuestros principales objetivos sea concienciar a las empresas de que en ciberseguridad no hay segundas oportunidades, por lo que hay que apostar por un enfoque proactivo basado en la prevención de amenazas.

2.- No cabe duda de que el 2021 estará marcado por la evolución de la pandemia. Sin embargo, sí se pueden atisbar algunas tendencias. En nuestro caso, estas previsiones van en concordancia con las líneas de negocio que queremos impulsar de cara a este año y que se engloban en 3 grandes áreas.

En primer lugar, se encuentra la seguridad a nivel corporativo (datos, redes, dispositivos, etc.). Según nuestros informes, la crisis del coronavirus ha generado que el 95 % de las empresas haya

afrontado retos de seguridad adicionales al tener que trabajar en remoto. Entre las principales preocupaciones asociadas se encuentran los riesgos de seguridad y los cambios necesarios para facilitar el teletrabajo (61 %), la seguridad de los accesos en remoto (55 %) y la protección del *endpoint* (49 %). Asimismo, nuestro “Cloud Security Report 2020” desvela que la nube es uno de los principales quebraderos de cabeza para las empresas, ya que el 75 % afirma estar preocupada o muy preocupada por la seguridad *cloud*. Todo esto hace que, de cara a 2021, nuestro objetivo sea el de potenciar nuestras líneas de producto para la protección de activos corporativos como los terminales móviles, el correo electrónico, las infraestructuras en la nube, el uso de VPN, etc.

En segundo lugar, hay que entender que la tecnología sigue avanzando, y 2021 traerá nuevos retos como las redes 5G. La llegada de la nueva generación de redes de telecomunicaciones trae consigo un nuevo entorno de alta velocidad e hiperconectividad y supone también la oportunidad para lanzar ataques con el objetivo de bloquear las conexiones entre dispositivos. Los equipos con funciones *wellness* recogerán información sobre el usuario (ritmo cardíaco, etc.), los coches incluirán funciones para controlar el movimiento de otros vehículos o peatones y las ciudades inteligentes podrán recabar información sobre los hábitos de sus ciudadanos. Este volumen de datos tan masivo necesitará altos niveles de seguridad para evitar robos o filtraciones, por lo que es clave proteger todo lo que nos rodea.

Finalmente, es clave seguir desarrollando un trabajo de concienciación sobre la importancia de contar con estrategias de seguridad basadas en la prevención, no sólo contra las ciberamenazas ya conocidas, sino contra nuevas variantes. Este pasado año hemos visto cómo ha aumentado el uso del *ransomware*: en España creció un 160 % en el tercer trimestre, sobre todo debido a la vuelta de tuerca que han dado los ciberdelincuentes con nuevas variantes como la doble extorsión, que consiste en publicar algunos de los datos robados en la *dark web* para aumentar así su nivel de intimidación. Todo esto hace que de cara a 2021, uno de nuestros principales objetivos sea concienciar a las empresas de que en ciberseguridad no hay segundas oportunidades, por lo que hay que apostar por un enfoque proactivo basado en la prevención de amenazas.

CISCO



Andreu Vilamitjana,
director general de Cisco
España

1.- Empresas y administraciones han aprendido que las tecnologías digitales son más esenciales que nunca para el crecimiento económico, la competitividad y la productividad. Tras centrarse en el teletrabajo y la continuidad de sus operaciones, el 96 % de los CIO consultados por Cisco considera que la transformación de sus organizaciones implica una combinación de cuatro prioridades estratégicas: reinventar sus aplicaciones, proteger sus datos, automatizar su infraestructura y facilitar el trabajo colaborativo.

Las compañías han visto el potencial del teletrabajo, tanto en la mejora de la calidad de

vida y la conciliación de sus empleados como en el impacto positivo sobre su estructura de costes. Dotar a los teletrabajadores de las herramientas tecnológicas y de seguridad adecuadas ya no es una opción, sino un elemento estratégico que debe preverse con la antelación suficiente en los planes de contingencia de las empresas.

Calculamos que entre el 10 y el 15 % del PIB mundial se invertirá en tecnología en los próximos meses. En España, el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno español ayudará a reactivar la economía nacional con la ayuda de los 140.000 millones de euros de los fondos europeos, con un importante impacto en el sector TI y en las empresas españolas, ya que el 30 % de los primeros 72.000 millones está previsto que se destine a tecnologías digitales. Tenemos una oportunidad única para reinventar nuestro país en términos digitales, algo que Cisco facilita a través de su programa "Digitaliza".

2.- El 95 % de las organizaciones ha cambiado sus prioridades tecnológicas como consecuencia de la crisis sanitaria. Y muchos de esos cambios serán permanentes. Los componentes claves de la "nueva normalidad" son la automatización, las tecnologías de colaboración y la seguridad. Redes, *multicloud*, *optical networking*, seguridad, colaboración, automatización, visibilidad y analítica, inteligencia artificial, 5G y wifi6 serán tecnologías claves que vamos a impulsar. En cuanto a sectores, vemos seis grandes pilares de crecimiento: atención sanitaria digital, educación digital, administración digital, infraestructuras digitales seguras, pymes y trabajo remoto y transición ecológica y eficiencia energética digital. Para ayudar en su adopción, Cisco ofrece nuevas plataformas digitales que permiten a las organizaciones conectar, asegurar y automatizar sus entornos a un ritmo más rápido que nunca, y con menor complejidad. La transición de la mayor parte de nuestro portafolio a la modalidad como servicio es también clave para facilitar a nuestros clientes la capacidad de elección y la simplicidad de adopción. Esperamos un importante crecimiento en segmentos de mercado como servicios gestionados a través de los SP y soluciones para pymes, tanto *on-premise* (Cisco Designed) como gestionadas desde el *cloud* (Meraki).

COMMVAULT



Eulalia Flo,
directora general de Commvault
en España y Portugal

1.- La covid-19 ha traído dos consecuencias fundamentales en el ámbito de las TIC. La primera es el teletrabajo, que ha puesto de manifiesto la necesidad de soluciones que permitan colaborar y compartir información, pero también ha sacado a la palestra el problema que la dispersión de los datos conlleva a la hora de protegerlos, de respaldarlos y de cumplir con la normativa. La segunda, y quizás como consecuencia de la primera, es la adopción acelerada de la nube precisamente por el cambio de los modelos de consumo y de relación tanto con empresas como con Administraciones Públicas. Por todo ello, veremos un aumento en tecnologías que ayuden a acelerar la migración de cargas a la nube, asegurando que se proporcionan la robustez y la disponibilidad de las tecnologías tradicionales. Además, habrá que abordar los desafíos de la dispersión de los datos y cumplir con la normativa. También de soluciones de recuperación ante desastres, puesto que hemos aprendido que el *ransomware* no sólo no ha disminuido, sino que ha aumentado, y mucho, con la pandemia.

2.- Este mes de enero lanzaremos en España Metallic, una solución de *backup* como servicio que simplificará la protección de todo tipo de cargas, además de facilitar a los clientes el cumplimiento normativo. Metallic ha nacido en la nube y aprovecha la plataforma de protección de datos de Commvault para ofrecer una solución BaaS con un único panel de gestión. Y funciona en entornos SaaS, *on-premise*, nubes públicas nativas y cargas de trabajo híbridas.

También estamos anunciando novedades para entornos de contenedores y kubernetes, que será otro de los focos de este año. Otro tema en el que nos enfocaremos es en la recuperación ante desastres. De hecho, nuestra solución Commvault Disaster Recovery acaba de incorporar nuevas funcionalidades que permiten SLA de recuperación de menos de un minuto para cargas de trabajo en nube híbrida.

Muchos clientes están revisando su estrategia de protección de datos y de recuperación frente a desastres. Nosotros estamos en una posición privilegiada para ayudarles a gestionar y a reducir la complejidad de su entorno, proporcionándoles la tranquilidad que necesitan y ahorros tangibles.

D-LINK



Antonio Navarro,
country manager de D-Link
Iberia

1.- Como en toda crisis surgen oportunidades y el pasado 2020 ha sido un catalizador para la adopción tecnológica, y en nuestro caso, para la digitalización, tanto a nivel empresarial como doméstico. Hemos tenido que readaptar nuestra manera de vivir y de convivir, así como nuestra manera de trabajar en un entorno doméstico que en la gran mayoría de los casos no estaba preparado para ello. Repetidores, *powerline*, *switches* sin gestión, *wifi mesh* y *hubs* USB-C han cobrado una vital importancia. Y en este 2021 repetirán éxito, junto a la conectividad por datos móviles con 4G/5G mediante *routers*, *dongles* y Mifis, que ya tenemos preparados.

De cara a este año deberíamos seguir viendo grandes inversiones en educación, con grandes dotaciones tanto de portátiles y tabletas que necesitan una modernización de las infraestructuras de red en los centros educativos, para lo que proponemos nuestras avanzadas soluciones de *switches* y puntos de acceso con gestión unificada en remoto con la plataforma D-Link Nuclias. Las empresas deberían de estar mejor preparadas ante contingencias de mayor calado, con refuerzo de la seguridad, redundancia, y capacidad de acceso y trabajo remoto de sus trabajadores y sin duda en D-Link la estrategia es apoyar las gamas de *switches smart* y *managed* en las pymes, que en algunos casos integraban soluciones sin gestión de red o mediante el *router* de la operadora, algo que, ante la necesidad de crear accesos remotos seguros, exige que la administración de red de las pymes tenga cada vez mayores prestaciones y nivel de funcionalidades de segmentación, seguridad y VPN.

2.- Toda previsión es compleja, pero si tuviera que apostar por un caballo ganador, sin duda alguna sería nuestro *switching* empresarial, con total confianza en muchas de las gamas nuevas que acabamos de sacar o que vamos a sacar al mercado en los próximos meses, tanto en la gama de no gestionables como en *smart* y *managed*.

Si tuviera que destacar familias, destacaría las familias DGS-1520 y DXS-1210-28 en Smart y la DXS-3610 en nuestra gama específica para *core* y CPD. A nivel industrial, ampliaremos la familia tanto en la parte de *switching* como en la de *routing* M2M para seguir complementado la solución.

Vamos a ver cómo evolucionan los proyectos de educación de cara a 2021, con lo que no me puedo olvidar de poner en la quiniela las soluciones de movilidad 4G, tanto a nivel *dongle* como *mifi* y *router* y veremos los primeros movimientos de 5G.

A nivel *wireless* profesional la plataforma de gestión unificada Nuclias Connect es nuestra apuesta para 2021, que sufrirá un efecto catalizador o multiplicador de posibilidades cuando integremos nuestras actuales familias de *switching smart* dentro de la plataforma, sin olvidarnos tampoco de la parte puramente *cloud* 100 % que cubrimos con Nuclias Cloud.

A nivel de consumo, no me olvido de nuestros pequeños grandes clásicos (repetidores y *switches* no gestionables), pero donde veo mayor proyección es en todo lo relacionado con el *wifi mesh* y nuestras soluciones COVR, el salto a *wifi 6* en todas sus variantes (*routers*, *mesh*, *repeaters*, *dongles*, etc.), y si tuviera que decir 3 modelos de cámaras IP: la DCS-6100LH, la DCS-8000LHV2 y la DCS-6500LH, una nueva cámara de lente motorizada de bajo coste con la que esperamos hacer mucho ruido.

EPSON



Óscar Visuñas,
director division business Epson
Ibérica

1.- El sector TIC va a ser una palanca tractora esencial, como se ha demostrado durante el pasado 2020. La digitalización acelerada de prácticamente todos los sectores de actividad, junto con la sostenibilidad, van a ser los ejes que muevan los objetivos de las organizaciones de ahora en adelante. Hemos aprendido que la tecnología ya ha venido para quedarse como protagonista de una transformación necesaria hacia entornos de trabajo híbridos, hacia una educación basada en el *blended-learning* o la extensión colaborativa con plataformas tecnológicas, hacia un sector de servicios mucho más digital. Pero también hemos aprendido que es posible acelerar la transición sostenible y debemos tener muy claro qué elecciones hacemos de esa tecnología, pensando en el gran desafío que aún nos asola, el cambio climático, que a la postre será la principal ola que deberemos superar.

2.- Epson seguirá impulsando la transformación digital responsable. A todos los niveles. Nuestros esfuerzos por ofrecer soluciones tecnológicas de bajo impacto medioambiental, eficiencia energética, alta productividad y reducción del coste total de operación van a seguir comandando nuestras líneas de negocio. Ayudaremos a la adecuación de entornos de trabajo híbridos, con soluciones que mejoren la colaboración e interactividad, así como servicios de impresión más eficientes y sostenibles. Vamos a impulsar la impresión sostenible, que es la inyección de tinta, especialmente en el entorno empresarial, tanto en la oficina como en el teletrabajo, porque supone ventajas en productividad, coste-eficiencia y medioambiental. Es una tecnología hasta 3,5 veces más rápida que la láser, y reduciendo hasta un 95 % el consumo energético y las emisiones de CO2, así como minimizando al máximo la generación de residuo. La tecnología sin calor es y debe ser el futuro de la impresión. También impulsaremos nuestro negocio de proyección especialmente enfocado a la interactividad y espacios de trabajo colaborativo, presencial y remoto, en el sector empresarial y en el educativo.

ESET

1.- Nos gustaría pensar que esta situación ha servido para poner en valor la labor que los profesionales del sector hacemos cada día, esa clara responsabilidad social que nos caracteriza, especialmente a los que nos dedicamos a la ciberseguridad por cuanto que entendemos que estamos obligados a proteger los activos de todos nuestros clientes ante cualquier situación como la que hemos experimentado en los últimos meses. Teniendo en cuenta esta puesta en valor hay que tener en consideración que esta situación ha conllevado un alto grado de concienciación prácticamente en cualquier ámbito. La tecnología ha ayudado a muchas organizaciones a poner en marcha sus planes de continuidad de negocio cuando era imposible desarrollar la actividad dentro de las propias empresas y se han puesto en marcha planes de transformación digital que habitualmente llevarían meses o incluso años. Es decir, que las compañías han aprendido que la tecnología es la principal herramienta de apoyo a su negocio, pero que, además, la

ciberseguridad es capaz de velar porque esta nueva “normalidad” no suponga un detrimento de la seguridad de la información de la misma.

2.- Por nuestra parte, estamos centrados en diferentes herramientas que se convertirán en las soluciones más demandadas en los próximos meses o años, herramientas complejas que utilizan tecnología *machine learning* y que son capaces de proteger a las empresas incluso de amenazas desconocidas por el momento. Además, con estas incorporaciones somos conscientes de que disponemos de un catálogo de soluciones capaces de proteger los activos de las organizaciones de cualquier tamaño. Por otro lado, entendemos que en 2021 el modelo de negocio MSP tendrá una importante tendencia al alza por lo que nuestra colaboración con el mayorista GTI ha de adquirir un protagonismo superior al de los años anteriores.



Carlos Tortosa,
director de canal y grandes cuentas
de Eset

ESPRINET



José María García,
director general de
Esprinet Ibérica

1.- El pasado 2020 hemos aprendido más de lo que realmente pensamos que hemos aprendido. Estamos viviendo todavía tres crisis: la sanitaria, la social y la económica. Algo que nos ha llevado a fomentar mucho más la solidaridad, incluso el altruismo, y hemos desarrollado un frente común para no dejar a nadie atrás. Eso ha sido una parte muy importante y un gran aprendizaje. También se ha incrementado mucho más la cooperación con clientes y proveedores. En los tres meses de parada nos unimos para trabajar en los sectores más afectados en esos momentos como, por ejemplo, los hospitales, las residencias y el sector educativo.

También ha habido más escucha para aprender y para innovar. Las empresas necesitan reinventarse constantemente, por lo que no nos podemos quedar en lo que acabamos de cambiar, sino que debemos mirar a lo que tenemos que seguir transformando. El liderazgo también se ha vuelto un factor fundamental. Debemos seguir trabajando para conseguir un liderazgo más sólido, es decir, debe existir una comunicación más clara y constante porque las organizaciones deben tener al empleado mucho más informado y mejor atendido. En definitiva, la tecnología, la digitalización y la innovación para adaptarse a los nuevos retos se han convertido en algo indispensable para los cambios que estamos viviendo.

2.- Vamos a poner el foco en dos aspectos. Por un lado, trabajaremos sobre tecnologías que a fecha de hoy ya lo estamos haciendo: la telefonía, los portátiles y negocios muy concretos, como la cartelería digital, el almacenamiento o la impresión. Intentaremos que en este 2021 todos estos negocios vayan rodeados de servicios, porque cada día estamos más cerca del modelo de pago por uso. De hecho, nuestra plataforma ya está preparada para dar ese salto. Ya no sólo se venden los productos, sino también los servicios y las soluciones. Por ahí va a haber un cambio, que ya se ha producido en 2020, pero que en 2021 va a coger mucha más fuerza.

Y, por otro lado, estamos en un desarrollo total del área de Advanced Solutions, donde en el porfolio de *networking* nos quedan contratos por conseguir; también en el área del almacenamiento y de sistemas. El segmento de la seguridad, por su parte, está bastante más maduro. En el área de *cloud*, estamos muy bien. Acabamos de presentar la nueva plataforma y tenemos que ir incorporando nuevos jugadores, con nuevas soluciones. Queda todavía mucho por desarrollar.

EXCLUSIVE NETWORKS

1.- A raíz de la pandemia han cambiado los hábitos de consumo, ha aumentado la adopción de la nube y la tecnología se ha consolidado como un recurso importante para mantener activa la economía, tanto a nivel nacional como global. Asimismo, esta crisis sanitaria ha supuesto una aceleración en los procesos de transformación digital de las compañías, lo que dará lugar a una mayor disrupción digital.

2020 ha sido el año de la aceleración digital y la tecnología ha jugado un rol crucial en todos los sectores productivos y en la forma de interactuar de nuestra sociedad.

En cuanto a lo aprendido durante este periodo, la principal lección es que la digitalización es clave para el futuro de las empresas y de la vida social en general. La situación generada por la covid-19 ha puesto de manifiesto que la tecnología es un pilar importante para la supervivencia de muchas empresas, hasta el punto de que las organizaciones transformadas digitalmente son las que mejor han sobrevivido a esta crisis, pudiendo continuar con su actividad o mitigando el impacto.

En este contexto, el papel de la ciberseguridad vuelve a ser crucial, ya que el auge de la digitalización de las empresas y la consolidación del teletrabajo ha multiplicado las amenazas y las brechas de seguridad de las organizaciones frente a nuevos ataques.

2.- A pesar de la incertidumbre y de las previsiones tan pesimistas en cuanto a la recuperación económica de nuestro país, pensamos que en este año seguiremos afrontando nuevos retos y oportunidades de negocio ligados a la creciente necesidad de las empresas, tanto del sector público como privado, de seguir abordando los procesos de transformación digital para adaptarse a la nueva realidad derivada de la crisis sanitaria. Por ello, y ahora más que nunca, el papel del canal IT es crucial para acompañar, prescribir y asesorar a las empresas en el camino hacia la transformación digital.

Desde Exclusive Networks ponemos a disposición de todos nuestros socios un *portfolio* innovador y diferencial en materia de ciberseguridad y migración al *cloud*, así como todo un

equipo humano altamente especializado para dotarles de las herramientas y capacidades necesarias para hacer frente a los nuevos retos y necesidades del mercado. Nuestra estrategia y modelo de negocio está en constante evolución. El dinamismo y la adaptación de nuestra oferta son claves para adaptarnos rápidamente a las nuevas situaciones de mercado.

Por ello una línea estratégica será el impulso de nuestra plataforma X-OD, Exclusive On Demand, que nos permite facilitar la rápida transformación al consumo por suscripción bajo demanda. X-OD es una plataforma digital capaz de convertir virtualmente cualquier producto en una suscripción, simplificando el consumo y permitiendo que nuevos servicios y paquetes a medida sean creados, vendidos y aprovisionados a velocidad y escala. X-OD permite a los proveedores que no han adoptado aún el formato de la suscripción obtener ingresos por esta vía. No hay coste ni riesgo alguno para que los socios se embarquen y comiencen a dirigirse hacia nuevos modelos de negocio bajo demanda.

La disrupción tecnológica seguirá siendo nuestro santo y seña, y lo será tanto en lo referente a nuevas soluciones tecnológicas, para dar respuesta a las crecientes y cambiantes necesidades en materia de ciberseguridad y *cloud*, como en nuestro "go to market", ofreciendo a nuestros socios nuevos modelos de comercialización acordes con las necesidades del mercado.

La mejor tecnología, con un modelo de negocio diferencial y un equipo altamente especializado; esa seguirá siendo nuestra receta en este año que presenta grandes retos para la industria y la sociedad en general.



Carmen Muñoz,
directora general de Exclusive Networks Iberia

FORTINET



Acacio Martín,
senior director regional sales de Fortinet

1.- La gran lección que podemos extraer del pasado 2020 es que la digitalización es un proceso imparable e imprescindible para cualquier organización o institución. Y en este nuevo modelo de negocio digital la seguridad juega un papel fundamental al garantizar la continuidad del negocio y la protección de los valiosos activos digitales.

2.- Nuestro enfoque de red impulsado por seguridad ha demostrado ser una estrategia acertada por lo que

mantendremos esta línea de trabajo. En cuanto a nuestras tecnologías, impulsaremos, como venimos haciendo hasta ahora, nuestra arquitectura Security Fabric con especial foco en Secure SD WAN, seguridad en entornos de IT híbrido *multicloud* y entornos OT.

FUJITSU



Ángeles Delgado,
presidenta de Fujitsu

1.- La crisis producida por la covid-19 ha demostrado que la tecnología no es un fin, sino el medio. Ha jugado y juega un papel fundamental en todos los órdenes sociales y realmente se ha hecho tangible y ha acelerado la transformación digital. Las TI muestran su propósito: ofrecer a todos el máximo bienestar y tiene, claramente, un impacto directo sobre la vida de cualquiera de nosotros. Bajo esta reflexión debemos reimaginar el futuro, pero no de forma lejana, sino para los próximos 12 meses y generar modelos económicos y sociales que sean mejores y más sostenibles. En cuanto a los beneficios, se pueden producir en todos los órdenes sociales. Vemos, por ejemplo, en

la industria que el uso de la computación cuántica optimizaría sus robots o sus turnos de trabajo y también gracias a la inteligencia artificial se conseguiría un reconocimiento óptimo de imágenes para los procesos de control de calidad. También en el sistema judicial donde una plataforma de asesoría virtual aceleraría los litigios, aconsejando al ciudadano, en la que pudiera ser redirigido a un sistema de mediación online y los jueces cuenten con la ayuda de un sistema inteligente para la elaboración de sentencias. En el sector turístico, un elemento estra-

tégico que supone el 15 % del PIB español, se facilitaría la creación de experiencias en los viajes, hacer *checking* sin colas o incorporar tecnología *touchless* para elegir lo que nos gusta.

Otro ejemplo es la sanidad que ha estado en el centro de esta crisis. Fujitsu ha tenido una actividad muy intensa en la prestación de los servicios de la sanidad pública y donde con la utilización inteligente de los datos podríamos caminar hacia un concepto mucho más amplio de la salud más participativa, más preventiva, predictiva y personalizada. Hay tecnologías que permiten secuenciar el ADN de cada uno de nosotros. Tenemos la capacidad de tratar y almacenar esos millones de datos que generaría el tratamiento del genoma. Y no solo tratarlos y almacenarlos, sino ser capaces de compararlos con un banco de datos global gracias a la supercomputación.

La tecnología está y debe ser un habilitador de la estrategia. Debemos crear confianza; algo fundamental para prosperar tecnológicamente y conseguir innovación, bienestar de las personas y la sostenibilidad. Y poner a las personas en el centro de todo.

2.- Estamos trabajando en todos los sectores. Todos son estratégicos para la sociedad. Impulsaremos las 5 grandes tendencias de la transformación digital llevándolas a lo cotidiano. Me re-

fiero a grandes proyectos donde la hiperconectividad, la supercomputación y la computación cuántica, la ubicuidad, el cambio persona-máquina son una realidad más cercana de lo que nos pensamos y cómo no, bajo el poder de los datos.

Así, aunque el entorno financiero y la Administración Pública ocupan un papel importante en nuestro desarrollo, impulsamos grandes proyectos en diferentes sectores donde la innovación es la pieza clave. Creemos en la necesidad de la colaboración público-privada como un gran activo para nuestro país.

Con nuestros socios, además de formar grupos de innovación para abordar los retos que nos propone la gran cuenta, estamos trasladando la nueva realidad tecnológica a las pymes, un activo muy importante en España y que la crisis de la covid-19 las ha llevado a acelerar sus tecnologías. El futuro de España está en nuestras manos, ahora más que nunca, y debemos trabajar en reimaginar los negocios y la sociedad.

HP

1.- La covid-19 ha supuesto un antes y un después en la forma en que veíamos y concebíamos el mundo. Hemos constatado más que nunca que vivimos en un mundo hiperconectado y que cualquier cambio, por mínimo que sea, y por lejos que se produzca, puede tener un impacto claro en nuestro negocio y en nuestra sociedad. Si algo hemos aprendido es que las organizaciones deben ser resilientes y estar preparadas para dar una respuesta ágil a los retos que nos plantea esta nueva realidad. En este contexto, la tecnología ha demostrado ser el mejor activo que soportará nuestra reconstrucción económica y social, y se convertirá en una potente palanca de cambio para la transformación de los negocios. Todo ello la convierte en un elemento esencial para la supervivencia y la competitividad de las empresas en un mercado tremendamente volátil.

Por otro lado, los meses de teletrabajo han servido para demostrar a los directivos que hay otras formas de liderazgo. El trabajo deja de estar vinculado a un espacio físico, en el que domina la cultura presencial en la oficina, y pasa a un estilo de liderazgo basado en la confianza, en el que el rendimiento del empleado se mide por la consecución de objetivos empresariales. Esta fórmula ha permitido que las empresas y la economía avancen en la pandemia, prestando especial atención a la colaboración y la comunicación con el objetivo de mantener y reforzar el vínculo del empleado con la organización.

Asimismo, el respiro que ha supuesto para el planeta los meses de confinamiento. Según investigaciones, durante los primeros seis meses del año se emitieron 1.550 millones de toneladas menos de CO2 que en el mismo periodo del año anterior, lo que exige que este nuevo arranque de máquinas se haga desde otro modelo de producción y consumo, más sostenible y beneficioso para el planeta.

El mundo ha cambiado. Pretender volver a la anterior normalidad es imposible. Los cambios a los que hemos asistido en las formas de trabajar, vivir, relacionarnos y consumir requieren mirar desde otra perspectiva.

2.- La pandemia ha cambiado el futuro del trabajo para siempre, acelerando una transformación prevista a cinco años vista y que ha afectado, de la noche a la mañana, a todo tipo de or-

ganizaciones. Los beneficios asociados al trabajo en remoto desde el punto de vista de la conciliación harán que muchos empleados demanden trabajar en la distancia, superada la pandemia. Según el estudio sobre la "Evolución de la fuerza laboral" de HP, el 58 % de los europeos se muestra partidario de esta opción mientras que en Estados Unidos el porcentaje se eleva hasta el 63 %.

Todo parece indicar que el teletrabajo es una tendencia irreversible y que, probablemente, se combinará con el trabajo presencial creando puestos de trabajo híbridos. Esta nueva realidad laboral exige a las empresas proporcionar una experiencia excepcional a los empleados que les permita desarrollar sus funciones en cualquier entorno: el hogar, la oficina y en movilidad. Esto significa gestionar el rendimiento, la conexión y la seguridad de todos los dispositivos, tanto ordenadores personales como dispositivos de impresión, de los empleados independientemente del lugar donde estén, garantizando la calidad del servicio del teletrabajador, minimizando los riesgos de seguridad y reduciendo los tiempos de inactividad de equipos.

Esta situación también se hará extensiva a otros sectores, como la educación, donde la situación epidemiológica ha impuesto un entorno de aprendizaje mixto. HP lleva más de 80 años ayudando a las personas a mejorar sus vidas y sus negocios, con dispositivos y servicios innovadores que les faciliten opciones de trabajo cómodas y seguras, por lo que, dadas las circunstancias actuales, ésta será un área clave en los próximos meses como prueba el anuncio reciente de nuestra iniciativa HP Impulsa.



Javier García Garzón,
director de canal de HP Iberia

HPE



José María de la Torre,
presidente y consejero delegado
de España y presidente del sur de
Europa de **Hewlett Packard
Enterprise**

1.- 2020 ha puesto a prueba a los mercados mundiales, a empresas e instituciones, y a todos nosotros de una forma que nunca antes hubiéramos podido imaginar. Estas circunstancias han propiciado que organizaciones de todo tipo hayan aprendido que se requiere una TI más resistente para garantizar la continuidad de sus operaciones, y que necesitan aumentar la velocidad y la agilidad, preservando al mismo tiempo la liquidez, para navegar por la incertidumbre macroeconómica y adaptarse al nuevo mundo.

El panorama actual ha hecho que las empresas que son nativas digitales, y también aquellas que ya han dado el salto a la transformación digi-

tal, estén superando a su competencia, pues la digitalización ya no es una opción sino un imperativo estratégico. Gran prueba de ello es que, según los analistas, a nivel mundial se espera que el gasto de los clientes en transformación digital se multiplique por más de dos en los próximos 5 años, que el 45 % de las personas trabajará en remoto durante el 2020 y más allá, o que más de 55 billones de dispositivos estarán conectados a Internet en el 2025. En el caso de HPE tenemos el mejor *portfolio* para ayudar a empresas e instituciones a acelerar su transformación digital y, con este objetivo en mente, estamos enfocados en acelerar nuestra estrategia, creando valor para todos nuestros *stakeholders*, incluidos los miembros de nuestro equipo.

2.- Nuestra estrategia es ofrecer un crecimiento rentable y sostenible a largo plazo, como compañía que proporciona todo su *portfolio* como servicio, desde los millones de extremos hasta las múltiples nubes, ayudando a las organizaciones a acelerar sus resultados y maximizando el valor de todos sus datos, en cualquier lugar.

De acuerdo a esta estrategia, ofrecemos todo nuestro *portfolio* como servicio para que los clientes simplemente consuman y no se preocupen por nada más. Ayudamos a garantizar una conectividad segura y sin interrupciones. Y seguiremos también en nuestra apuesta por un mundo híbrido. Todo esto teniendo en cuenta además que el 90 % de las empresas usa ya nube híbrida y que en el período 2020-2023 se producirá un crecimiento del 58 % en sistemas gestionados como servicio en las propias instalaciones.

Por otro lado, continuaremos innovando con nuevas tecnologías como inteligencia artificial, supercomputación, 5G y comunicaciones integradas, seguras y gestionables e impulsando la excelencia del conocimiento de estas habilidades de última generación, y la capacitación de nuestros ingenieros, consultores y *partners*. De hecho, hemos creado un laboratorio de 5G cuyo propósito es que nuestros clientes y socios tecnológicos puedan probar soluciones en un entorno controlado y poder habilitarlas cuanto antes para su salida al mercado.

En definitiva, en 2021 seguiremos con nuestro firme propósito de mejorar la forma en que las personas vivimos y trabajamos, ayudando a construir el futuro que todos queremos tener y convencidos de que la innovación tecnológica será un elemento fundamental para salir de la crisis económica y sanitaria a la que nos enfrentamos.

IBM



Horacio Morell,
presidente de **IBM España,**
Portugal, Grecia e Israel

1.- La mayor lección de empresas y organizaciones durante 2020 ha sido poner en valor la tecnología y la necesidad de llevar la digitalización mucho más lejos. En ese reto, la nube híbrida abierta es la gran plataforma que sustentará el nuevo mundo digital, porque es el modelo que permite a las organizaciones avanzar en innovación, transformación y modernización, al facilitar una integración de todo tipo de entornos, capacidades y recursos. Las empresas necesitan profundizar en su digitalización y acelerar sus procesos de innovación. Eso significa, por un lado, que tienen que avanzar hacia un modelo tecnológico más integrador y flexible, que es el que facilita la nube híbrida y, por otro, que tienen que utilizar más intensamente y con más alcance en su negocio las capacidades que dan tecnologías claves como la inteligencia artificial, la automatización o el Blockchain. Hoy solo se ha modernizado a un modelo *cloud* alrededor del 20 % de las cargas de trabajo y sólo alrededor del 14 % de las empresas ha comenzado realmente a integrar inteligencia artificial en sus procesos de negocio. Es momento de acelerar y salvar esa distancia que separa hoy el potencial de la tecnología con su implantación real. Sin duda la tecnología de nube híbrida es pilar de esta nueva sociedad más digital a la que estamos avanzando con pasos de gigante, con capacidades transformadoras como la inteligencia artificial, el 5G, el *edge computing*, el Internet de las cosas o la computación cuántica.

2.- El pasado 2020 hemos modernizado completamente nuestra *cloud* pública, haciéndola más abierta y segura, hemos "contenerizado" nuestro *middleware* y estamos liderando espacios de innovación claves con todo lo que tiene que ver, por ejemplo, con *edge computing*, 5G o la llamada *cloud* distribuida, con nuestro nuevo IBM Cloud Satellite. Sumando a todo eso lo que representa la incorporación de Red Hat. IBM está preparada para liderar esta nueva plataforma de innovación que es la nube híbrida y ayudar a los clientes tanto en el cortísimo plazo de sus retos más urgentes, como en sus retos de acelerar una transformación digital más profunda y valiosa.

INFORTISA



Juan José Contell,
CEO de Infortisa

1.- Todos los sectores, en mayor o menor medida, se han visto afectados por la pandemia. Las empresas, atropelladas por este nuevo paradigma, han tenido que reinventarse y, sin duda, la digitalización ha sido protagonista en este periodo de cambios.

Las TIC han sido un pilar fundamental para muchas compañías en toda esta fase de transición, ya que sin ellas la compra/venta no hubiera sido posible. Y tampoco lo hubiera sido el teletrabajo.

El sector TIC ha permitido que sigamos conectados y que muchos negocios sigan abiertos. Por eso, en Infortisa, estamos orgullosos de haber podido ayudar a otras empresas a adaptarse a las nuevas circunstancias.

2.- En Infortisa, siempre pensamos en mejorar y nos esforzamos para prestar el mejor servicio a nuestros clientes. Sin duda, en 2021 seguiremos apostando por nuestra área de InfortisaLABS, para ofrecer soluciones tecnológicas que ayuden a otras empresas a optimizar sus procesos. En ese sentido, promoveremos nuestros servicios a nivel de ERP para ayudar a otras compañías a automatizar la gestión de su negocio y trabajaremos para impulsar nuestros i-portal. Además, como ya venimos haciendo, apostaremos por la innovación, la calidad y la oferta de nuevas prestaciones, siempre dirigidas a conseguir la satisfacción de nuestros clientes.

INGRAM MICRO

1.- La covid-19, por definición, no nos traerá nada bueno. Está siendo un capítulo negro en la historia de la humanidad sin ningún tipo de dudas. Nos está quitando libertades, robando ilusiones, proyectos y, lo que es peor e irreversible, se está llevando vidas. No obstante, debemos aprender de esta dura experiencia y pienso que hay lecciones a todos los niveles. A nivel de sociedad esta pandemia ha puesto de manifiesto la importancia de la solidaridad, la entrega a los demás que está haciendo el personal sanitario, los profesionales ligados con la logística, la comunidad científica y otros muchos profesionales que desde distintos ámbitos están trabajando hasta la extenuación por paliar o poner fin a esta pandemia. A todos ellos les debemos mucho y la mejor forma de responder y agradecerles este esfuerzo es actuar con el máximo de responsabilidad y respeto.

Empresarialmente las compañías hemos comprobado la importancia del capital humano dentro de las empresas, lo indispensable que es estar abiertos al cambio y adaptarse rápidamente a nuevos entornos; lo fundamental que es la eficiencia dentro de las empresas con procesos robustos, flexibles y siempre soportados por los sistemas. Esto debe llevar a revisar las políticas de recursos humanos, las inversiones en tecnología, fomentar el espíritu empresarial y la innovación.

En nuestro sector hemos sido afortunados, no hemos tenido que preocuparnos por ver cómo subsistíamos ya que la demanda de tecnología ha sido desbordante. Siendo un sector esencial todos los profesionales que trabajamos en TI hemos tenido que esforzarnos al máximo para conseguir que las empresas pudiesen seguir operando teniendo una parte importante de sus plantillas trabajando desde casa y que se hiciese de forma eficiente y segura. Un gran reto que estamos superando con éxito.

De cara al futuro las empresas habrán visto que invertir en tecnología resulta barato. También que tener a sus empleados motivados y comprometidos es clave. No hay duda de que la inversión en teletrabajo y en digitalización de los procesos continuará ya que mejora la eficiencia, concilia la vida profesional y personal y es más sostenible. Pero el Gobierno debe apoyar este cambio de modelo y existen fondos europeos que precisamente vendrán para ayu-

dar a esta transformación digital y ecológica. Por todo ello, en los próximos 12 meses continuaremos teniendo la responsabilidad de llevar la tecnología a las empresas para ayudarles a ser más eficientes y competitivas. Este año veremos recuperación económica sin lugar a dudas, pero las empresas han de estar preparadas tecnológicamente para aprovecharlas.

2.- Nuestro sector continuará siendo afortunado ya que las necesidades de las empresas para continuar con su proceso de digitalización no ha hecho más que empezar y, por tanto, las inversiones en tecnología seguirán creciendo. Las previsiones de crecimiento del PIB se sitúan en un 7%; para ello las empresas tendrán que ser más competitivas e innovadoras resultando fundamental la inversión en nuevas tecnologías.

Las áreas de negocio que tendrán más crecimiento son las de soluciones de ciberseguridad, transformación digital, IoT, inteligencia artificial, cloud, transformación del puesto de trabajo y colaboración; todas ellas serán un claro destino de los fondos europeos que empezarán a venir en el segundo semestre de este año y que se extenderán durante 3 años.

El negocio transaccional sufrirá un cambio importante ya que pasaremos de modelos tradicionales de propiedad a servicio. Las empresas necesitan cada vez fórmulas más flexibles y sin necesidad de inversión principal.

En definitiva, desde el punto de vista de nuestro sector el año 2021 será fascinante y lleno de oportunidades.



Jaime Soler,
vicepresidente y country manager
de Ingram Micro en España y
Portugal

INTEL

1.- A pesar de ser un sector esencial, las TIC también han sufrido el impacto de la crisis del coronavirus, por interrupciones en las cadenas de suministro y por importantes variaciones en la demanda. Durante el inicio de la crisis se ha visto que los servicios digitales son un pilar fundamental sobre el que se sostiene la sociedad y la economía. De este modo, tiene una especial responsabilidad, como industria esencial para la economía global, en la sociedad de la información y el conocimiento.

Sin duda, el mayor aprendizaje que nos deja la covid-19 es la importancia estratégica de las TIC. La transformación digital está en la hoja de ruta de la recuperación de todos los sectores verticales sin excepción, las compañías deben adaptarse implementando los cambios y transformándose digitalmente para cumplir con las nuevas expectativas que están surgiendo. En este contexto, las tecnologías conocidas anteriormente como emergentes, el *big data*, la inteligencia artificial, la super automatización, etc.; y las herramientas de co-

municación digitales están evolucionando rápidamente para cubrir la alta demanda de la sociedad y de las empresas para hacer frente a esta situación.

2.- A pesar de la complejidad con la que nos enfrentamos a 2021, consideramos que nuestro sector no puede detenerse. Es clave la apuesta de Intel por la innovación que nos permitirá seguir proporcionando las últimas tecnologías con la máxima seguridad en todos nuestros productos. Centraremos nuestros esfuerzos en tecnologías como la inteligencia artificial, la infraestructura de red 5G, los centros de datos, la nube o el *edge* inteligente.

Asimismo, de cara a este nuevo año, presentaremos novedades importantes que nos permitirán ampliar el uso de nuevas tecnologías ofreciendo soluciones a las necesidades de nuestros clientes, tanto a nivel público como privado.



Norberto Mateos,
director general de Intel para
España

KASPERSKY



Alfonso Ramírez,
director general de Kaspersky
Iberia

1.- 2020 sin duda ha sido un año complicado, pero también interesante para todos aquellos que nos dedicamos a la ciberseguridad. En marzo, con la imposición del teletrabajo las empresas vieron borrado su perímetro de forma repentina. Esta situación puso de manifiesto debilidades y la necesidad de actuar para proteger las actividades del negocio, lo que ha llevado a un replanteamiento sobre la ciberseguridad en entornos de colaboración remota y oficinas virtualizadas y sobre el nivel de concienciación de los usuarios, dos ámbitos que seguramente se verán reforzados en los próximos meses. Muchas empresas han aprovechado la oportunidad para hacer una revisión y tomar medidas, pero todavía queda mucho camino para reducir su vulnerabilidad de cara a este año que comienza.

2.- En el mercado español continuaremos apostando por soluciones que van más allá del *endpoint* como el EDR y por la ciberseguridad industrial. Es en estos segmentos donde esperamos registrar un mayor crecimiento. Las organizaciones industriales se enfrentan, con la dificultad de que sus procesos no pueden detenerse, a un nuevo escenario derivado de la

pandemia: el trabajo a distancia, la digitalización de un día para otro y los nuevos requisitos de higiene, así como a amenazas específicas, como el aumento masivo de los ataques de *phishing*.

En Kaspersky estamos contribuyendo al desarrollo de conocimientos especializados sobre las amenazas a los ICS, los servicios dedicados y soluciones de protección, así como a la cooperación con otros actores de la industria. En este contexto entra también en juego el IoT, donde el desarrollo de soluciones de ciberseguridad individuales para cada dispositivo resulta complicado, por eso el enfoque estratégico de Kaspersky aboga por la ciberinmunidad, es decir, la creación de sistemas seguros por diseño.

En líneas generales, nuestra intención es seguir incrementando nuestra presencia tanto en los mercados B2C como B2B, en *non-endpoint* y en servicios de inteligencia de ciberseguridad, desarrollando soluciones y servicios innovadores para proteger de las ciberamenazas más sofisticadas a las infraestructuras críticas, las ciudades, las empresas y las personas.

KYOCERA

1.- La tecnología ha sido nuestra gran aliada durante un año excepcional que sin duda pasará a la historia como uno de los mayores desafíos para las empresas y organizaciones del mundo entero. Es fácil aventurarse a decir que su papel seguirá siendo decisivo para la recuperación económica de nuestro país.

En cuestión de meses hemos experimentado una aceleración digital que en condiciones ordinarias podría haber llevado años. El confinamiento ha acelerado el proceso de digitalización de muchas empresas y ahora llega el momento de digerir dicho proceso, pues la digitalización no pasa solo por adquirir nuevas tecnologías, sino que lleva implícito un cambio de mentalidad, líderes digitales y cultura empresarial acordes al nuevo escenario, y adecuar nuestro modelo de negocio a los nuevos hábitos y necesidades de la sociedad.

Durante estos meses de incertidumbre, las empresas hemos aprendido que la digitalización ya no es una opción. Es necesario abrazar una nueva forma de entender el trabajo, con tecnologías que aporten capacidad de adaptación y que ayuden a las empresas a ser más flexibles. Hablamos principalmente de soluciones que giren alrededor de las necesidades de las personas y del empleado digital de hoy en día, para que estos puedan desarrollar su actividad, independientemente del lugar desde el que se conecten.

Ahora que muchas organizaciones cuentan con empleados que trabajan tanto de forma presencial como remota, las herramientas tecnológicas han de empoderar su capital humano para que éste sea más ágil y responda a los cambios empresariales. Esta es la única forma de ofrecer una mayor resiliencia a los acontecimientos económicos mundiales y a un entorno empresarial que cambia rápidamente.

2.- Al igual que ha cambiado nuestra forma de interactuar y de relacionarnos con el entorno, también ha cambiado nuestra forma de trabajar, de ahí la necesidad de adoptar un estilo híbrido que combine lo mejor del trabajo en la oficina, como espacio de encuentro y de conexión humana, con el trabajo remoto y facilitador de flexibilidad, conciliación y orientación a resultados. En este contexto, en Kyocera seguiremos apostando por soluciones adaptadas a las nuevas necesidades del mercado: plataforma analítica de control de aforo, plataforma para reuniones societarias híbridas con voto electrónico de validez legal, solución para control horario o cómo gestionar las normativas ISO de calidad con Solphea, entre otras. Nuestra misión consiste en ayudar a las organizaciones a construir espacios de trabajo inteligentes y a nuestros clientes a cumplir con sus objetivos empresariales, a través de soluciones de digitalización y automatización de sus procesos.

Igualmente, seguiremos apostando por la alta producción, una industria donde irrumpimos recientemente con el lanzamiento de la TASKalfa Pro 15000c, nuestro primer dispositivo de alta producción de inyección de tinta que, precisamente, hace unos días fue reconocido con el galardón de "Mejor Equipo Color SRA3" que otorga anualmente la EDP (European Digital Press Association). Por último, y con el cambio hacia un estilo híbrido de trabajo, las empresas ya están reevaluando sus necesidades de impresión. La preocupación en torno a la seguridad de la impresión remota no es nueva; la seguridad ocupará sin duda un capítulo relevante en el ecosistema de impresión de las oficinas híbridas.



José Luis Alonso,
director general de **Kyocera**
Document Solutions España

LENOVO

1.- Las empresas del sector tecnológico han cobrado mucha importancia en último año. Se puede hablar de un cambio en la percepción de la tecnología. Creo que antes existía un mal uso de la tecnología que era muy evidente en algunos casos: alumnos jugando con los móviles en clase, familias chateando en la mesa... Ahora nos hemos dado cuenta de la importancia que tiene la tecnología bien utilizada, que nos permite seguir con nuestras vidas y trabajos, y estar más cerca de nuestros seres queridos, aunque sea de forma virtual. Este cambio va a afectarnos a las personas y a las empresas, evidentemente. Hemos aprendido mucho en estos meses. Ahora estamos más preparados para afrontar una digitalización más acelerada en todos los sectores. Además, creo que las empresas han aprendido la importancia que tiene la tecnología como aliada en momentos críticos, lo cual seguramente implique una mayor inversión en este ámbito. Por supuesto hay que mencionar el teletrabajo, que se ha convertido en una necesidad hoy en día y, cuando todo esto pase, mantendrá unos niveles de implementación muy elevados.

2.- Desde Lenovo llevamos apostando por la innovación desde hace años. Vamos a seguir poniendo en foco en líneas de negocio que ya eran muy importante para nosotros como puede ser la educación, en la cual hemos llevado a cabo grandes acciones este año como la colaboración en la cátedra de Lenovo y la UPM sobre plataformas de alto rendimiento para ciencias e ingeniería. También vamos a seguir apostando por la innovación tecnológica, el 5G, el *gaming*, y todo aquello que tenga un impacto en la experiencia de usuario, que es sin duda alguna una de nuestras prioridades. En ese sentido, recientemente hemos lanzado el ThinkPad X1 Fold, el primer portátil plegable del mundo, que va a marcar un antes y un después seguro.



Alberto Ruano,
director general de **Lenovo** en
España y Portugal

MCR



Pedro Quiroga,
CEO de MCR

1.- En efecto, la pandemia ha afectado especialmente a determinados sectores (la hostelería, por ejemplo), pero el sector TIC no ha estado entre ellos. En MCR hemos podido operar con relativa normalidad desde que nuestra actividad fue considerada esencial por el gobierno el pasado mes de abril, si bien hemos tenido que enfrentarnos a sucesivos obstáculos como las restricciones de movilidad durante y después del confinamiento, los problemas de suministro

y el cierre de empresas de múltiples sectores. Durante los meses siguientes hemos venido realizando una exhaustiva planificación que nos ha permitido adaptar las operaciones a la situación en cada momento y mantener intacto nuestro compromiso con los clientes.

En cuanto a beneficios de cara a los próximos meses, es verdad que la tecnología de consumo seguirá gozando de buena salud, ya que el tiempo en casa ha aumentado como consecuencia de la pandemia y la post-pandemia, con segmentos destacados como el *gaming* o las soluciones de teletrabajo.

Por último, si tengo que destacar una lección aprendida, sería sin duda la importancia de adaptar los negocios al mundo digital, de contar con infraestructuras de *e-commerce* adecuadas. El *e-commerce* se ha disparado, y los expertos aseguran que esa tendencia ya no va a volver atrás. En MCR, hemos decidido apostar decididamente por esta tendencia, con una nueva web, presentada recientemente, donde hemos reforzado las capacidades de negocio con el objetivo de facilitar al *partner* su operativa diaria.

2.- En efecto, habrá que ver cómo evoluciona la situación sanitaria, pero lo cierto es que, en términos globales, 2020 fue un buen año, y esperamos que aquellas líneas de negocio que más han contribuido a ello sigan siendo protagonistas en 2021. Así, por ejemplo, seguiremos trabajando en segmentos de crecimiento explosivo en los que ya somos líderes, como es el caso del *gaming* o la integración. Pero también, por supuesto seguiremos desarrollando nuestras divisiones especializadas (ab materials, MCR PRO y MCR Mobile), que en algunos casos se han visto especialmente afectadas este año durante el confinamiento.

Por último, pero no menos importante, estamos dando los primeros pasos para crear una nueva división que estaría dedicada en concreto al sector sanitario (ecógrafos y otros aparatos médicos).

En definitiva, trataremos de trabajar de forma relativamente normal en esta "nueva normalidad".

MICROSOFT



Carolina Castillo,
directora de *partners* de Microsoft
en España

1.- La situación sanitaria que hemos vivido este año ha acelerado la transformación digital de las empresas, sobre todo habilitando el teletrabajo, demandando soluciones SaaS y organizando el acceso a los datos empresariales a través de tecnologías en la nube. En pocos meses hemos vivido los procesos de transformación digital que se iban a producir en años. Ahora que la tecnología ya está implantada, durante los próximos meses las organizaciones se adaptarán a la "nueva normalidad" buscando modelos de trabajo mucho más flexibles, que les permitan colaborar de manera remota y que supongan una ventaja competitiva con respecto a la competencia. Plataformas *cloud* como Azure que hacen posible disponer de herramientas de colaboración y productividad, como es Microsoft 365 y Teams, han sido las protagonistas de estos meses, pero también hemos visto empresas que han dado un paso más allá y han continuado innovado, pese a la incertidumbre, gracias a la inteligencia artificial y a la realidad mixta. A pesar de las dificultades, las empresas han hecho un gran ejercicio de resiliencia, se han sabido adaptar a los cambios apoyándose en la tecnología y han empezado un proceso imparable de transformación de la cultura organizacional y del puesto de trabajo.

2.- Ha llegado el momento de aplicar todo lo aprendido durante los últimos meses para "reimaginar" el futuro de España, a través del uso y el desarrollo de la tecnología para aprovechar todo su potencial. Solo así se podrá mejorar la experiencia de los clientes, potenciar el talento de los empleados, optimizar las operaciones y generar nuevos productos y servicios. De cara al año que viene, es necesario que hagamos el esfuerzo de "reimaginar" un futuro que, por un lado, nos diferencie de nuestros competidores y, por el otro, favorezca la sostenibilidad. En este sentido, las inversiones de Microsoft en neutralidad del carbono han llevado a Azure a ser hasta un 98 % más eficiente en carbono que las soluciones *on-premise*. Y, además, estamos desarrollando aplicaciones, soluciones y herramientas para ayudar a nuestros clientes a gestionar sus planes de sostenibilidad.

Apostamos también por una buena gestión de los datos, segura y que vele por la privacidad de nuestros clientes, algo que consideramos fundamental para la nueva economía del dato. En este sentido, queremos impulsar la inteligencia artificial para que las empresas puedan convertir sus datos en información valiosa para el negocio y en una ventaja competitiva.

Vivimos en una situación sin precedentes en la que la nube ha democratizado el acceso a la tecnología. Por esta razón seguiremos apostando por la capacitación de la sociedad que permitirá aprovechar al máximo nuestras herramientas *cloud*, incluyendo la nueva plataforma de *low code* (Power Platform) para el desarrollo de aplicaciones de negocio de una forma ágil y efectiva. Por último, para apoyar la digitalización de la economía española, Microsoft abrirá una nueva región de centros de datos en España que facilitará, entre otras ventajas, un escenario de baja latencia. De este modo ayudaremos aún más a nuestros clientes a aprovechar la nube para innovar y hacer crecer sus operaciones de manera más rápida, segura y sencilla.

NETAPP



Ignacio Villalgorido,
director general de NetApp España

1.- Desde NetApp creemos que el sector TIC no será ajeno a la incertidumbre médica y económica en la que nos ha sumido la covid-19, con sectores fundamentales de nuestra economía muy afectados. Entendemos que la transformación digital de las compañías y sectores, acelerada por la covid-19, se irá consolidando a lo largo de 2021. Desde NetApp somos optimistas y esperamos continuar trabajando con la Administración y el sector privado en la modernización de sus infraestructuras y en su camino hacia el *cloud* híbrido para poder continuar dando servicio y adaptándose a la nueva manera de relacionarnos, hacer negocio e interactuar con la Administración.

Por eso, esperamos 12 meses de recuperación e inversión en I+D. Una vez demostrada la efectividad de la vacuna, volveremos poco a poco a una nueva realidad más tecnológica, porque gracias a las TIC y, en especial al *cloud*, hemos podido seguir avanzando como país, hemos podido seguir creciendo y, en especial, gracias a las inversiones en I+D hemos podido encontrar rápidamente una posible solución a la covid-19.

2.- Nosotros somos una empresa de software especializada en una única cosa, el dato. Ayudamos a todo tipo de empresas a sacar el máximo partido a los mismos. Nuestro principal motor de crecimiento será nuestro enfoque de *cloud* híbrido, Data Fabric, con un *portfolio* de software y servicios *on premise* y *cloud*, para que nuestros clientes puedan tener sus aplicaciones en el centro de datos y en la nube, en función de criterios de negocio o eficiencia; tanto si están desarrollando en la nube, moviéndose hacia la nube, o creando *on premise* su propia experiencia similar a la nube.

Nuestras soluciones funcionan en los más diversos entornos, y, por eso, desde NetApp ayudamos a las organizaciones a crear su propio *cloud* híbrido. De esta manera, las empresas podrán usar de forma segura los datos, servicios y aplicaciones a las personas adecuadas, en cualquier momento, en cualquier lugar como hemos venido haciéndolo desde hace más de 20 años.

NFON



David Tajuelo,
director de NFON Iberia

1.- Por desgracia, y también por suerte, para todos los que estamos involucrados en el sector TIC, la pandemia ha supuesto una cierta seguridad en nuestros puestos de trabajo. La tecnología se ha revelado como una de las materias más imprescindibles para normalizar esta situación tan anómala. Durante el pasado 2020 se ha producido un acelerón en la conciencia colectiva hacia la transformación digital. Si bien han sido acciones basadas en la urgencia, está claro que durante 2021 esta tendencia se asentará y que la adopción de soluciones de seguridad y comunicaciones que den respuesta al nuevo modelo de puesto de trabajo híbrido, que se ha gestado durante la pandemia, serán uno de los puntos donde más valor se generará.

2.- Para nosotros 2021 es un año que afrontamos con muchas ganas y mucha energía. La línea del negocio seguirá siendo la misma, enfocarnos en el mercado de la pyme, bien a través de nuestro canal y nuestros *partners*, bien a través de nuestros *partners wholesale*. Utilizando para ello todas las posibilidades que nos brinda nuestra plataforma Cloudya. Es cierto que nuestro nuevo centro de I+D recién abierto en Lisboa va a ayudar a actualizar y mejorar nuestras soluciones, tanto en el ámbito de los productos como del funcionamiento interno de estos y el interfaz de cara a nuestros clientes y *partners*. No tenemos ningún target específico en cuanto a verticales, porque tenemos que ver cómo evoluciona la situación. El pasado 2020 nuestros objetivos eran unos y tuvimos que cambiarlos por completo a partir del segundo trimestre del año, por razones obvias. En cualquier caso, seguiremos en la senda del crecimiento, como hicimos el pasado año creciendo al nivel de 2018, incluso con una pandemia de por medio.

NUTANIX

1.- La crisis sanitaria y económica que estamos viviendo ha acelerado los procesos de transformación digital que ya venía experimentando nuestra sociedad. En este nuevo contexto o “nueva normalidad”, las empresas van a necesitar la tecnología más que nunca para no perder el tren de la competitividad. Las infraestructuras *cloud* juegan un papel fundamental en este proceso de transformación, ya que serán el principal argumento para demostrar que se puede hacer más con menos, en un mundo donde la capacidad de respuesta segura y fiable ante cambios inesperados es fundamental para la supervivencia de las compañías.

España está respondiendo muy bien y es un mercado que ha aprendido mucho. Es cierto que, en un principio, muchas compañías y Administraciones Públicas no estaban preparadas para hacer frente a los cambios provocados por la irrupción del coronavirus. De hecho, el porcentaje español de teletrabajadores antes de la crisis sanitaria estaba entre los más bajos de la UE (menos del 5 %, según datos de Eurostat). Ante esta situación tan extrema, las organizaciones han constatado las ventajas de apostar por las nuevas infraestructuras en la nube y las soluciones de trabajo en remoto cobran más relevancia que nunca para hacer frente a esta situación y dar respuesta a una necesidad tan básica como mantener el negocio en marcha y a los empleados trabajando.

La administración española ha sido el mejor ejemplo. Un gran ministerio implantó el teletrabajo en tiempo récord gracias a la tecnología de Nutanix. Así, un proyecto de virtualización de escritorio que en principio iba a ser para 900 usuarios se planteó finalmente para 5.000, estando todos los puestos virtuales totalmente operativos en pocas semanas (3.000 de ellos en siete días desde el encargo del proyecto), con el hecho diferencial de que para activarlo y ponerlo en producción solo fue necesaria la acción de una persona, no de decenas de especialistas.

2.- La apuesta por lo que denominamos “infraestructura digital inteligente” tiene muchos beneficios y va a continuar desarrollándose en 2021. Por un lado, ofrecemos flexibilidad y es-

calabilidad en las soluciones y un modelo de pago por suscripción donde el cliente sólo tiene que pagar por lo que necesita, con una total libertad de elección, ya que se podrá ir cuando quiera, no tendrá que preocuparse por los costes de actualización o mantenimiento y se olvidará de los problemas derivados de las posibles incompatibilidades con otras tecnologías o fabricantes que ya pueda tener instaladas. Para entenderlo mejor, lo que estamos ofreciendo son nuevas infraestructuras tecnológicas en “streaming”, que funcionan como Netflix, a través de una plataforma en la nube donde cada uno escoge aquello que le gusta.

Junto a este importante ahorro de costes, también somos capaces de poner en funcionamiento las soluciones de forma muy rápida. En días mejor que en semanas. Y esa es precisamente otra gran ventaja de esta tecnología: su rapidez de implementación. Estamos viendo muchos casos de empresas que hasta hace poco tardaban hasta un año o un año y medio en desarrollar un proyecto de teletrabajo y que ahora lo están haciendo en apenas unos días. La posibilidad de ofrecer esta tecnología nos va a permitir crecer aún más en 2021 porque somos capaces de gestionar los procesos del cliente en cualquier nube (pública, privada e híbrida). Y más recientemente, ha venido a sumarse la nube múltiple o multinube, que es esencialmente una nube híbrida pero orientada a la utilización de muchos proveedores de servicios *cloud* y el reparto de tareas entre ellos. En este contexto, el mercado se está moviendo para acabar con la complejidad de la nube y eso es precisamente lo que ofrecemos en Nutanix.



Tomás Juárez,
director de canal & OEM
Nutanix Iberia

PHILIPS PROFESSIONAL DISPLAY SOLUTIONS



César Sanz,
responsable de Philips
Professional Display Solutions
para España y Portugal

1.- La llegada de la covid-19 ha traído cambios en todas las organizaciones, en nuestra forma de trabajar, de viajar e incluso de consumir. Estos cambios hacen que todos los sectores que estamos estrechamente relacionados intentemos también adaptarnos a este nuevo ámbito y adecuemos nuestros productos a la nueva situación. Una de las principales consecuencias es el grado de digitalización de las compañías y la forma de estructurar el trabajo. En el ám-

bito corporativo todas las empresas tratan de adecuar sus espacios a esta nueva forma de trabajar, y en lo que al *retail* se refiere, los nuevos modelos hacen que se impulsen nuevas soluciones.

2.- Para este año existen grandes retos en la industria audiovisual, uno de los principales focos será el sector corporativo y educacional, donde la mayoría de las organizaciones de-
mandarán nuevas formas de trabajo para in-

terrelacionar a trabajadores, alumnos, etc. En el mundo del *digital signage*, la recuperación se espera más lenta, la llegada de la vacuna marcará una nueva etapa que nos acercará a la normalidad; gran parte de *retail* ha visto menguado su negocio en tienda física, pero siguen existiendo grandes oportunidades para aplicaciones concretas, buscando la utilidad de los medios digitales y la *omnicidad* de los procesos de venta.

SAGE



José Luis Martín Zabala
vp indirect sales & accountants in Sage

1.- Durante el pasado año, muchas empresas han tenido que llevar a cabo un cambio en su modelo de negocio. Han debido sumarse a la ola de la digitalización de forma repentina y sin tener confianza plena en que obtuvieran un resultado positivo de la misma. De hecho, en plena pandemia, un 52 % de las pymes no consideraba factible implantar, por ejemplo, el teletrabajo ya que no contaba con herramientas de gestión óptimas. Sin embargo, si antes de la covid-19, la digitalización no era una prioridad para los líderes empresariales, ahora, han comprendido que es la única vía para sobrevivir y poder recuperar la posterior actividad. Desde Sage llevamos a cabo un estudio en

el que el 48 % de las empresas afirmó que invertiría en digitalización como parte de su estrategia empresarial y con el fin de adaptarse a la nueva normalidad. De cara a este año, nuestro sector será clave. Las empresas se verán beneficiadas por el proceso de digitalización que ya comenzaron. Ahora podrán agilizar los procesos y construir sobre una base; ya han ganado terreno. Por otro lado, las pymes, que creían poder recuperar su inversión en el segundo semestre de 2021, podrán apoyarse en el sector TIC para simplificar el camino que deberán recorrer y reducir este

período. Desde Sage estamos convencidos de que para que las empresas puedan retomar la actividad económica es necesario un ambicioso plan digital, a través de la "digitivación", aplicando ésta a todos los ámbitos socioeconómicos y poniendo a las personas en el centro.

2.- Para nosotros, 2021 estará marcado por cinco planes de acción: atracción de nuevos clientes; maduración y consolidación del *clustering* como vía de colaboración y lanzamiento de un nuevo *marketplace*; retención de la base instalada; aceleración de la adopción del modelo SaaS y un nuevo programa de canal diseñado para los propios *partners* con su colaboración. Desde Sage queremos centrarnos en conseguir una transformación SaaS completa. Para ello, nos basaremos en cambios en el modelo de negocio, mayor apuesta por los modelos de *clusterización* y desarrollo de plataformas de relación que sumen valor añadido al ecosistema de *partners* e ISV.

Por supuesto, el objetivo principal de la compañía sigue siendo poner en el centro del negocio a nuestros clientes y *partners*; acompañándolos y ayudándoles a crecer a través de la "digitivación". Con este fin, ampliaremos nuestro portfolio con nuevas soluciones para empresas y despachos como Sage 50, Sage 200 y Sage Despachos Connected. Una oferta, totalmente renovada, al servicio de un ecosistema colaborativo y diferencial con más de 1.200 socios; y un equipo de profesionales centrado totalmente en el canal, base fundamental de la estrategia de transformación a un modelo 100 % SaaS.

SAMSUNG

1.- El pasado 2020 nos ha enseñado algo muy importante: gracias a la tecnología móvil y a la digitalización ha sido posible mantenernos conectados con nuestros seres queridos y mantener la operatividad de los negocios. Además, muchas de estas empresas han visto cómo la relación con sus clientes debía ser digital desde este momento, y no sólo como un propósito de futuro. Las organizaciones saben que la transformación ha de llevarse a cabo ahora, y la tecnología es el mejor aliado.

Además, pese a las terribles circunstancias que hemos vivido, disponemos del mayor número de recursos de la historia para afrontar la digitalización. Se ha producido el despliegue de 5G en nuestro país, y existe un mayor conocimiento de la población sobre las redes de próxima generación y las ventajas que van a aportar en nuestra vida diaria. Según un estudio que hemos realizado con IPSOS, el 54 % de los españoles cree que la sociedad va a mejorar con la llegada del 5G y que la educación, nuestra forma de trabajar y el sistema de salud se verán claramente beneficiados.

Por lo tanto, 2021 va a ser un año clave en muchos aspectos. No sólo por todas las ventajas que nos va a ofrecer la conectividad, sino también por el auge de tecnologías que colaboran juntas en un mismo espacio para crear experiencias fluidas, como el Internet de las cosas y la inteligencia artificial. Samsung ha invertido 22.000 millones en este tipo de áreas, y eso nos posiciona como líder y referente en innovación. El 25 % de nuestra plantilla a nivel global trabaja en I+D a través de 276 centros en todo el mundo; para seguir descubriendo las experiencias que definirán el día de mañana.

2.- 2021 debe ser el año donde la digitalización nos transforme como país. Nos encontramos ante una oportunidad única para posicionarnos en un nuevo ámbito competitivo, donde es fundamental el uso de la tecnología. Las pymes y las Administraciones Públicas no están solas, y en Samsung vamos a acompañarlos en este proceso para conseguirlo.

Somos el *partner* de confianza para dar el salto a la conectividad 5G. En Samsung creemos que las redes de próxima generación son un elemento de diferenciación tecnológica y un impulsor del cambio. En nuestro caso, disponemos de un ecosistema completo: desde el *chip* hasta las antenas. Por lo tanto, podemos asegurar una gran fiabilidad y seguridad en el desarrollo de 5G. Somos líderes en todo el mundo, tanto en infraestructura como en dispositivos.

Otro factor transversal en esta transformación es la ciberseguridad; para que todos los servicios puedan funcionar de forma digital y sin fisuras. Gracias a Samsung Knox, nuestra plataforma de seguridad móvil de extremo a extremo, nuestros dispositivos son los más seguros del mundo, así lo confirma Gartner desde hace varios años. También colaboramos activamente con el INCIBE, referente mundial en materia de seguridad, y somos el único fabricante de móviles certificado por el CCN en España.

Además, en 2021, continuaremos con nuestra colaboración con CEPYME, cuyo principal objetivo es acelerar la transformación digital del tejido empresarial en España y promocionar la capacitación tecnológica de las organizaciones. En Samsung estamos muy comprometidos con las pymes para ayudarles en su proceso de transformación digital; ya que conforman el 99 % de nuestro tejido empresarial.



David Alonso,
director de B2B de Samsung

SONICWALL



Sergio Martínez,
Iberia regional manager de
Sonicwall

1.- Las organizaciones se han digitalizado estos meses a una velocidad endiablada. Y han aprendido que la tecnología es el vínculo de unión entre clientes, *partners*, proveedores y empleados. Forma parte ya del ADN de cada una de las compañías. Y por ello, la ciberseguridad es más importante que nunca: hay que proteger nuestros datos y aplicaciones en un entorno que, en pocos meses, ha pasado a no tener perímetro. Es como lanzar a todos nuestros empleados en paracaídas en territorio enemigo, sin experiencia previa, y en muchos casos, con equipamiento casero.

Está claro que el año 2020 fue un año de supervivencia para las empresas, 2021 será un año de inversión para acabar de consolidar esta nueva arquitectura de sistemas en la que nos hemos sumergido.

2.- Sin duda todas aquellas que ayuden a consolidar todo aquello que ha venido para quedarse: el teletrabajo, el "shadow IT" o aplicaciones SaaS en la nube, la fortificación del *endpoint* fuera del perímetro de la compañía, el acceso remoto seguro y, sobre todo, aumentar la capacidad de detección de *malware*: cada vez más sofisticado, ofuscado en entornos aparentemente inocentes y extremadamente dirigido.

El *ransomware* está creciendo rápidamente, por encima del 40 %, pero el *malware* ofuscado (con o sin fichero), más. Las empresas deben invertir en capacidad de supervivencia, estamos en un entorno de ciber guerra no declarada y todos debemos prepararnos para ello.

SOPHOS



Carlos Galdón,
director de canal de Sophos

1.- El año 2020 ha sido un año muy agitado en muchos sentidos y la ciberseguridad es uno de ellos. La covid-19 ha generado un aumento drástico del teletrabajo con más del 88 % de las organizaciones manteniendo el teletrabajo y aumentando los perímetros de seguridad de las compañías hasta los propios dispositivos, lo que ha provocado que muchas organizaciones se hayan visto obligadas a implementar soluciones de seguridad más flexibles, granulares y fáciles de desplegar. Por otro lado, los ciberdelincuentes también han aprovechado la crisis de la covid-19 para modificar sus ataques que se han vuelto más sofisticados, generalizados y agresivos. Los ciberataques han crecido en un 400 % durante la pandemia.

Lo que ha puesto de manifiesto el pasado 2020 es que la ciberseguridad es, ahora más que nunca, una prioridad para las empresas, independientemente de su tamaño o sector de actividad. Desde Sophos hacemos hincapié en la idea de que la seguridad se ha convertido en un deporte interactivo, en el que los equipos dedicados a la ciberseguridad deben estar monitorizando los sistemas constantemente, 24/7, para detectar y dar respuesta a la presencia de ciberdelincuentes dentro de los entornos antes de que puedan desplegar un ataque.

2.- El escenario de la ciberseguridad se va a complicar aún más a lo largo del 2021. Por lo tanto, las empresas y organismos necesitarán disponer de las mejores soluciones de ciberseguridad que actúen como un sistema completo.

Desde Sophos llevamos años adaptando nuestra estrategia de ciberseguridad hacia lo que denominamos "Cybersecurity Evolved", una nueva concepción de la ciberseguridad pensada como sistema y en la que todos los componentes de seguridad trabajan de manera sincronizada.

Por otro lado, y para todas aquellas compañías que no disponen de un equipo de ciberseguridad 24/7, Sophos ofrece junto a sus *partners* los servicios de Managed Threat Response (MTR). Además de esta protección preventiva, Sophos también ofrece un servicio de Rapid Response para aquellas empresas que pudieran estar ante un ataque, desplegando de manera rápida las soluciones de Sophos para detectar el ataque, detenerlo y llevar a cabo la reconstrucción forense del ataque.

Por último, uno de los puntos claves en ciberseguridad durante el 2021 continuarán siendo los puestos de trabajo y la protección de perímetros cada vez más complejos y extensos. En relación con estas necesidades, en las que las soluciones de VPN tradicionales ya no son suficientes, desde Sophos vamos a impulsar una mayor seguridad con el lanzamiento de una solución de Zero Trust Network Access (ZTNA) a lo largo de la primera mitad del 2021. Esta solución estará compuesta por un agente para los puestos de trabajo, la solución de gestión y administración y políticas de autorización desde Sophos Central y un *gateway* de ZTNA basado en software para desplegar tanto en la nube como *on-premise*.

TECH DATA



Pauli Amat,
country manager Tech Data España

1.- Las organizaciones han aprendido que la digitalización y la transformación digital es un camino que no tiene marcha atrás. Si bien al principio muchas iban avanzando lentamente, recelosas, la crisis sanitaria ha forzado la marcha dando pasos de gigante, como lo podemos ver con el consumo *cloud* de infraestructura, que se ha duplicado en los proveedores con los que trabajamos en Tech Data (AWS, Azure e IBM), unos datos que se están manteniendo. Esta inversión está detrás de un cambio de modelo de negocio que se está adoptando con gran interés en todas las organizaciones, el de todo como servicio.

Organizaciones de una amplia variedad de mercados y sectores se han embarcado en tareas difíciles y han conseguido unos resultados positivos en un tiempo récord. Han aprendido a romper barreras, silos, han racionalizado decisiones y procesos, y todo ello con gran rapidez. Los directivos de las empresas han entendido que era necesario adoptar nuevas herramientas de colaboración, reinventar procesos básicos, operar de modo diferente.

Las organizaciones también han aprendido que en los momentos buenos y en los momentos complicados, pueden contar con todo el sector tecnológico, con Tech Data y con todos los fabricantes con los que trabajamos. El esfuerzo de fabricantes, integradores y mayoristas durante los momentos más duros del año ha sido titánico. Se nos pidió que en apenas unos pocos días fuéramos capaces de sostener la actividad de las empresas y garantizar la continuidad de su actividad. Y cumplimos.

2.- En Tech Data somos unos absolutos convencidos de la progresiva digitalización y la expansión del modelo *as a service* en todas las esferas de actividad del negocio TI. Esta va a ser una línea de negocio que se consolidará y a la que vamos a dedicar un notable esfuerzo, lo mismo que a la seguridad y a todas las soluciones que aporten valor a nuestros clientes, sin olvidar aquellos mercados en los que tenemos un claro y consolidado liderazgo, como los que atendemos a través de Maverick AV, de nuestra división de Endpoint Solutions y Global Components.

TP-LINK



Álvaro Ausín,
director de ventas y canal de
TP-Link

1.- No creo que vayamos a obtener un beneficio destacado en los próximos 12 meses. Debemos tener en cuenta que nuestro sector se ha beneficiado claramente de la necesidad del mercado por adaptarse a la nueva situación. En nuestro caso, a nivel de comunicaciones, las empresas han tenido que dar respuesta a las necesidades del confinamiento de sus trabajadores, lo que ha provocado una inversión importante, pero adicionalmente el ocio y la educación también han realizado una inversión importantísima. Por un lado, podemos hablar de actualización de los sistemas e incluso de la creación de nuevos. Por ejemplo, el boom de las soluciones LTE. Podemos decir que el mercado se ha acelerado y se ha invertido mucho más. Como consecuencia, toda esa inversión se tendrá que descontar en los próximos meses. Los únicos sectores donde podemos estimar un crecimiento o una oportunidad es en aquellos sectores que, desgraciadamente, se han visto obligados a parar o ralentizar su actividad en 2020.

Del mismo modo, es evidente que, a nivel de infraestructuras, va a haber una firme apuesta por parte de la Administración Pública. Aunque se ha visto con claridad la capacidad que tenemos a nivel tecnológico para superar la situación, sin duda, seguimos teniendo aspectos a mejorar. También, será importante ver la distribución de los fondos europeos y si a nivel tecnológico puede suponer una inversión notable.

Por último, aunque en este caso no podemos hablar en un plazo de 12 meses, otro aspecto que hemos visto es la necesidad de cambiar nuestro paradigma productivo. Debemos apostar de una vez por todas por nuestra investigación y los servicios de valor añadido. Esto implicaría un mayor desarrollo a nivel tecnológico.

2.- De cara a 2021, esperamos que a partir del segundo trimestre haya una cierta normalización. Esto puede implicar un decrecimiento en la parte LTE y producto doméstico, pero creemos que puede ser compensado por el consumo de soluciones de empresa, especialmente desde hostelería y educación. Para ello, en TP-Link estamos haciendo una apuesta importante dentro de nuestra familia de *wifi* empresarial Omada SDN.

Otra de las líneas de negocio muy importante será el *smart home*. El hecho de disponer de una solución completa, de fácil uso y compatible con los asistentes de voz más comunes en el mercado puede impulsar las ventas en gran medida. Muy relacionado con esto, destacaría el desarrollo de las redes de malla domésticas o *wifi mesh* y el nuevo *standard AX* o *wifi 6*.

VALORISTA



Diego Colón,
CEO de Valorista

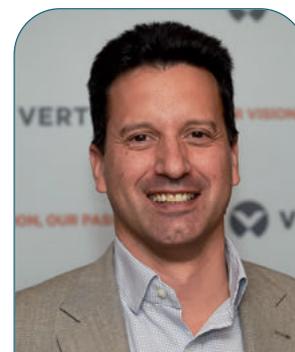
1.- Efectivamente, el pasado 2020 ha sido como mínimo excepcional. Las organizaciones se han dado cuenta de que hay que tener una alternativa para mantener la actividad, una alternativa fiable que en aquellos casos que sea posible, no todos los trabajos lo permiten, no solo no alteren el día a día de la empresa, sino que permitan una continuidad de la actividad normalizada. Hemos aprendido que una tecnología adecuada, en un entorno protegido de ataques externos adicionales, permite desarrollar la actividad de muchas empresas prácticamente con total normalidad.

Se ha acelerado la digitalización de muchísimos negocios, lo que sin duda se convertirá en una optimización de los recursos de cada empresa y en una forma de trabajar mucho más efectiva, más productiva.

Los beneficios que traerá para 2021 están por ver, lo que no cabe duda es que hemos puesto en valor un sector del que no se tenía esta percepción tan clara, hemos mostrado al canal en particular y al público en general que, sin nuestros suministros, sin nuestros servicios, la economía no funcionaría igual.

2.- Está claro que esta situación tan especial va a potenciar nichos que ya existían y va a abrir las puertas de par en par a otros que estaban funcionando de una forma más moderada. Desde Valorista vamos a seguir apostando por la seguridad, la movilidad y el puesto de trabajo porque cada vez más empresas están flexibilizando la jornada laboral desde casa y, en algunos casos, esta modalidad ha llegado para quedarse. Vamos a seguir apostado por todo, el ecosistema de digitalización, colaboración y entornos de trabajo compartidos y, cómo no puede ser de otra forma, vamos a impulsar nuestra área de negocio de ciberseguridad con soluciones sobre infraestructura y los datos. Y obviamente no vamos a dejar de potenciar el desarrollo de soluciones de educación de soluciones profesionales a través de nuestra división *enterprise* de servicios al canal.

VERTIV



José Alfonso Gil,
country manager de Vertiv
España y Portugal

1.- La pandemia ha marcado un antes y un después en la realidad empresarial, poniendo a prueba a pymes y grandes corporaciones, ya que han tenido que medir su grado de preparación para sacar el mayor provecho de las tecnologías digitales. Además, ha servido para despejar cualquier duda que pudiera haber acerca de la inevitabilidad de la digitalización. Sin ninguna duda, podemos decir que ha supuesto una aceleración obligada en la adopción de estas tecnologías. Se han creado hábitos digitales nuevos que han consolidado la tecnología como un pilar importante para la supervivencia de muchas empresas. Tanto es así que aquellas compañías que ya habían abrazado la transformación digital son las que mejor han sobrevivido a esta crisis, pudiendo continuar su actividad o mitigando el impacto. Hemos aprendido también que la innovación es clave, y que la pandemia no la ha ralentizado, sino que la ha amplificado hasta niveles históricos.

2.- Este año ha habido un fuerte crecimiento en la demanda de aplicaciones *cloud* para facilitar el teletrabajo y las comunicaciones remotas. Y eso, de modo indirecto, ha empujado la demanda de productos y servicios asociados (servidores, infraestructura IT, etc.). Esta tendencia se mantendrá sin duda en 2021 y las empresas seguirán realizando inversiones asociadas. Estaremos preparados, tanto nuestro equipo de ingenieros y expertos, con una oferta de soluciones más amplia y potente, y con acuerdos clave con *partners* y con nuestro canal de distribución que este año ha sido más importante que nunca.

VMWARE



Margarita Sanz,
director channel alliances Spain &
Portugal en VMware

1.- La pandemia de la covid-19 ha hecho más por la digitalización que el paso de los años. Esta pandemia también ha permitido a las empresas darse cuenta de que su CEO tendría que tener conocimientos tecnológicos, porque más del 70 % de los esfuerzos digitales fallan, o bien, porque no obtienen los resultados esperados, o por no haberlos conseguido en el tiempo esperado.

Ahora bien, una de las mayores ventajas es que el teletrabajo ya está establecido, aunque en las empresas se instaure un modelo híbrido que obligará a tener una agenda más eficiente, la cultura presencialista se acabará

o se limitará a lo meramente esencial. Todos vamos a ser capaces de gestionar mucho mejor nuestras agendas. Esto será definitivo a la hora de captar talento y las empresas que se acostumbren a esto no van a querer renunciar. Seremos más eficientes; conciliaremos mejor la vida laboral y la personal; y viviremos una nueva cultura empresarial en la que además veremos aflorar mucho talento hasta ahora oculto por la barrera de la distancia y la movilidad.

2.- Las empresas necesitan aplicaciones ágiles, que puedan funcionar indistintamente en nube pública, privada o híbrida, y que todas esas nuevas herramientas también puedan coexistir con las apps anteriores. Los silos producen ineficiencia y falta de agilidad, por eso hay que construir puentes entre esas tres patas: las apps de siempre, las nuevas, y la nube.

Desde VMware ofrecemos a su vez seguridad intrínseca empleando una cartera integral que protege los puntos críticos de control: red, terminales, carga de trabajo, identidad, nube y análisis. Debido a que estamos integrados, estamos en todas partes donde residen aplicaciones, dispositivos y usuarios. Esto nos brinda una visión única para saber lo que sucede en el entorno de un cliente. Con este conocimiento, podemos ser proactivos en el fortalecimiento de los entornos de los clientes para prevenir mejor las amenazas ante una situación como la que nos toca vivir actualmente.

WOLTERS KLUWER



Josep Aragonés,
CEO de Wolters Kluwer Tax &
Accounting España

1.- En mi opinión, lo que hemos constatado con esta pandemia es que con modelos de liderazgo humano en las empresas, con culturas corporativas basadas en el empoderamiento de los equipos, transparencia, cohesión y compromiso, podemos superar momentos complicados como el que hemos vivido.

Seguramente los beneficios no se verán todavía en el 2021 sino a más largo plazo. Las lecciones aprendidas nos serán útiles seguramente durante el 2021 para mejorar todavía más los niveles de resiliencia, de adaptabilidad, de agilidad, de flexibilidad, de confianza. Debemos contrarrestar este efecto VUCA (Volatilidad, Incertidumbre, Complejidad, Ambigüedad) acelerado por la pandemia con ATCE (*Agility, Trust, Creativity, Engagement*, es decir, Agilidad, Confianza, Creatividad, Compromiso).

2.- Seguiremos manteniendo y probablemente acelerando los planes estratégicos que ya teníamos fijados antes de la pandemia, focalizados fundamentalmente en ayudar a despachos profesionales, corporaciones y pymes en la transformación empresarial que vivimos, con soluciones de software experto. Nuestro foco está en seguir ayudando a las empresas a través de tecnología experta en sus procesos regulados (contables, fiscales, laborales), en sus procesos de gestión (lo que entendemos por ERP) y en la gestión y explotación del dato y la documentación digital.

El ecosistema en el que operan las pymes en nuestro país seguirá evolucionando probablemente con mayor complejidad, en la tecnología, en los procesos de gestión de pagos bancarios, en los modelos de reporte y control con las Administraciones, todo ello con un componente siempre presente en torno a la identidad digital.

Aunque la incertidumbre es todavía grande, esperamos un 2021 con dos fases muy marcadas: una primera mitad durante la que todavía pensamos que la situación será complicada, y si las mejoras sanitarias a través de las vacunas consiguen reducir el impacto de la pandemia, una segunda mitad con una mejora sustancial.

De momento, seguimos ayudando a nuestros clientes a sobrevivir en el día a día en su cumplimiento regulado y su gestión operativa.

Esprinet avanza en su estrategia *as a service* con su nueva plataforma *cloud*

A finales de noviembre el Grupo Esprinet presentó su nuevo *marketplace* propio diseñado para *cloud*. El objetivo del mayorista con esta plataforma es ofrecer al mercado opciones de servicios en la nube de última generación. "Nuestro nuevo Cloud Marketplace, bajo el paraguas de V-Valley, combina hardware, software y servicios en la nube, totalmente integrados en los sitios B2B de Esprinet y Vinzeo", explica Luisa Paolucci, *cloud project head* V-Valley de Esprinet.

 Olga Romero

Tal y como subraya la directiva la plataforma "representa un paso adelante en el desarrollo de soluciones *as a service* como uno de los pilares estratégicos del grupo". Los clientes del mayorista pueden acceder, a través de su perfil de usuario y de manera sencilla e inmediata, a todo el catálogo de productos y servicios de los principales proveedores del mundo. Asimismo, en una única plataforma se reúne toda una serie de funcionalidades operativas y de *reports* de consumo, gracias a lo cual pueden "proponer a sus clientes finales una serie de soluciones sin tener que "saltar" del B2B a un Cloud Marketplace externo", comenta.

Paolucci señala como una de las principales ventajas de la plataforma la oportunidad que tienen las organizaciones de convertirse en "verdaderas empresas híbridas", ya que pueden quedarse con lo mejor de las soluciones nativas de la nube y combinarlo, en un mismo pedido, con lo mejor de las herramientas *on-premise* y hardware. Además, "los usuarios pueden encontrar material de formación, de soporte para la venta y nuevas ideas para la fidelización de los clientes", afirma.

Dispone también de herramientas avanzadas de seguimiento, generación de informes, análisis, gestión y control de licencias. Asimismo, integra un sistema de consulta de facturas y un amplio conjunto de paneles de análisis de consumo y ventas. "Adicionalmente contamos con un equipo de desarrollo local y soporte especializado, dedicado a la evolución continua de la plataforma en función de las necesidades específicas de los clientes y las nuevas oportunidades que ofrecen los proveedores", explica Paolucci.

La idea se convierte en plataforma

Para el desarrollo de su Cloud Marketplace, Esprinet ha trabajado mano a mano con muchos de sus *partners*. "Hemos tenido en cuenta todos los comentarios y opiniones útiles de nuestros socios con el objetivo de adaptar

la plataforma a sus necesidades", señala. Paolucci añade que han trabajado conjuntamente "para llegar a una plataforma *multicloud* y multiservicio y que a la vez combinará la facilidad de aprovisionamiento de los servicios, una gestión ágil de la facturación y una serie de *reports* necesarios y fundamentales". Y es que, para el grupo, los *partners* "siempre han estado en el centro de nuestras mejoras siendo clave para nosotros la satisfacción del cliente", afirma. Los profesionales de Esprinet están trabajando continuamente para mejorar las funcionalidades y la oferta de la nueva plataforma. Y es que, como comenta Paolucci, "no nos conformamos con la oferta actual, ya que nuestro

objetivo siempre será mejorar y ampliar el *portfolio* de soluciones para nuestros *partners*". Asimismo, la directiva comenta que para este proyecto dinámico el mayorista "pretende aprovechar todo el ecosistema de fabricantes, soluciones y servicios con el que trabaja el grupo".

Aterrizaje y previsiones

Sobre la acogida que ha tenido el Cloud Marketplace, Paolucci comenta

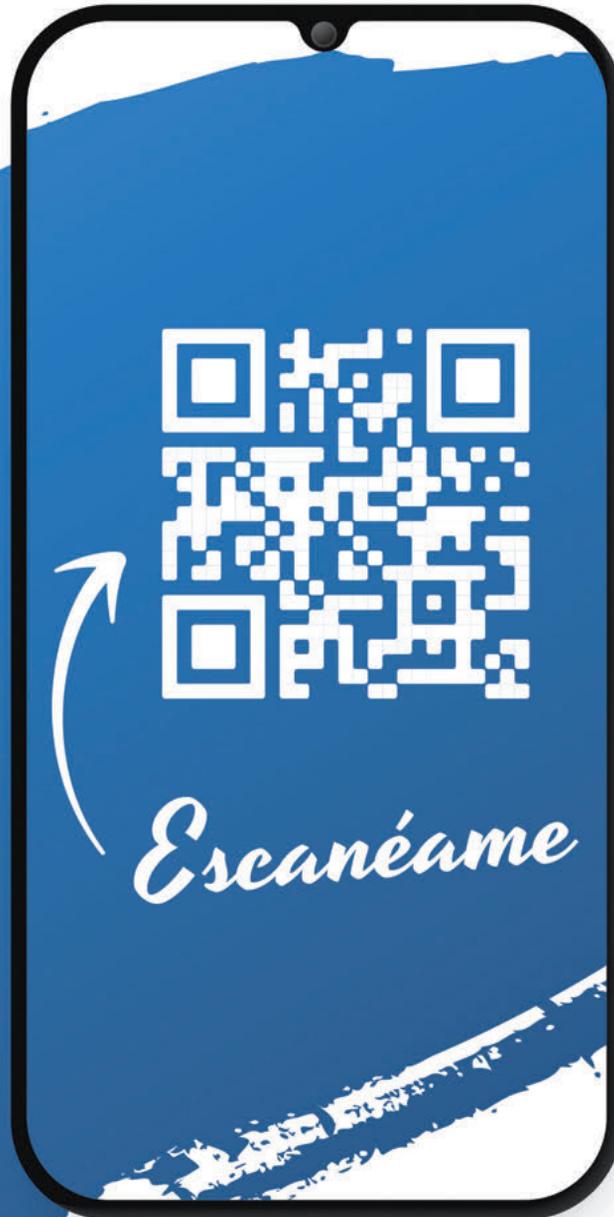
que "ha sido excelente". La directiva explica que la covid-19 ha incrementado la adopción de los servicios en la nube, aunque todavía queda mucho por hacer, ya que el uso de estos servicios entre las pequeñas y medianas empresas es mucho menor que entre las organizaciones más grandes.

Para 2021 "nuestra previsión es que muchas más empresas tomarán la decisión de migrar sus sistemas de gestión y centros de datos a este modelo", indica. Un modelo que, tal y como explica, "permite conseguir una mayor escalabilidad, flexibilidad y rapidez que una estructura *on-premise*". Además, ahora que muchas organizaciones han migrado al *cloud*, "podrán aprovechar todo el potencial de soluciones adicionales de *big data*, *analytics*, IA y soluciones de *machine learnig* que ofrece la nube", finaliza. 



¿Sigues la página de Newsbook en LinkedIn?

Si no es así, **¿a qué esperas?**



Seguirnos en LinkedIn te permitirá estar al día de todo lo que sucede en el canal de distribución.

¡No te lo puedes perder!



Debates en Newsbook

Los fabricantes de software de gestión
cierran un **buen año**, de la mano del canal

- Durante los últimos años, el **software de gestión** ha mantenido una **tendencia alcista** en el mercado. **¿Cómo se ha comportado en tiempos de pandemia?** ¿Qué ha supuesto este pasado año para los fabricantes de software de gestión?
- La **covid-19** llegó con más fuerza de lo esperado. ¿Cuáles han sido las **mayores demandas** que les han hecho las empresas durante este tiempo?
- Desde el mes de marzo **han desaparecido 100.000 empresas** en España. Si algo ha quedado patente es que **sobreviven** las empresas **más desarrolladas tecnológicamente**, sin embargo, todavía hay organizaciones que siguen con sus herramientas tradicionales. **¿Cuáles son los mayores frenos que están haciendo que las empresas no vayan a la nube?**
- ¿Los **nuevos clientes** van directamente a la **nube**?
- El papel del canal pasa por **adoctrinar a los clientes**. ¿Tiene claro el canal que los clientes deben dirigirse hacia la nube? Y si al final la nube es el horizonte final de los fabricantes, **¿la supervivencia del canal pasa por el SaaS?**
- **Novedades** de cada fabricante.

Acceda al debate, los vídeos y al *whitepaper* desde el siguiente enlace:

<https://newsbook.es/softwaregestion-2020>



AHORA

“Éramos y seguimos siendo *freeware*. Nuestro software se traslada al mercado sin ningún tipo de coste de uso, desde la plataforma ERP de AHORA”

“La nube es una oportunidad para el canal hacia la que tiene que reconvertirse. Una reconversión que tiene que venir de la mano del conocimiento”



Ignacio Herrero,
director general de AHORA



Juan Chinchilla,
director del negocio de aplicaciones de Microsoft

Microsoft

“El mundo software está basado en un entorno *cloud* a futuro, de servicios y de pago por uso en el que el cliente tiene la decisión de en qué soluciones y recursos invierte”

“Microsoft está liderando, con su canal, la transición hacia la nube, ayudándole a gestionar su negocio en este movimiento”

Sage

“No todo pasa por ir a la nube de una sola vez, ni por no hacerlo, sino en buscar escenarios intermedios acondicionados a la capacidad de inversión o al modelo de negocio”

“SaaS y canal van de la mano, pero jugando otro rol. El quid de la cuestión es el rol que desempeña el canal dentro del salto paulatino hacia la adopción de la nube por parte del tejido empresarial”



José Luis Martín Zabala,
director de canal de Sage



Manel Peralta, responsable de estrategia de producto de Wolters Kluwer

Wolters Kluwer

“Las soluciones *cloud* versus el modelo tradicional tienen ventajas a nivel económico, precios, seguridad o de mejoras de negocio. Todo ello junto a la democratización del software”

“Las empresas que mejor están capeando la situación son las que más han invertido en marketing y ventas. Esto no sería posible sin una potente herramienta de gestión de negocio de ERP o CRM, especialmente en la nube”

Emilio Adeva repasa las iniciativas vinculadas con la satisfacción en la experiencia de la red de distribución de Vinzeo

"El área de los servicios debe ser nuestra columna vertebral"



Emilio Adeva, director del canal profesional y responsable del proyecto Customer Satisfaction en **Vinzeo**

Together is better y #Vinzeoatulado señalan las dos iniciativas en las que ha reposado la estrategia de cercanía con el cliente que defiende Vinzeo. Tras un complicado ejercicio, Emilio Adeva, director del canal profesional y responsable del proyecto Customer Satisfaction en Vinzeo, asegura que, para mantenerse al lado de su red de distribución, ha sido clave volver a los básicos. "Hemos escuchado a los distribuidores, lo hemos compartido dentro de la organización y hemos ejecutado", repasa. Una estrategia que, de acuerdo a los datos ofrecidos tras una consulta realizada por Gfk en el canal español, el mayorista ha sido destacado en las áreas de los servicios vinculados con la logística, la nube, el soporte financiero y la relación entre la calidad y el precio.

 Marilés de Pedro



Estamos en un proceso de mejora continua". Para Adeva la relación con el cliente implica una constancia permanente. "Vamos a seguir tratando de implementar todas las soluciones demandadas por el canal para darle siempre respuesta de forma ágil y rápida, manteniendo siempre ese sentimiento de cercanía".

La iniciativa Together is Better (TIB) arrancó en octubre de 2019. Basada en la definición de una serie de acciones dirigidas a mejorar la experiencia y la satisfacción de los clientes, exigió la coordinación de los responsables de los diferentes departamentos que configuran la estructura de Vinzeo; con una implicación absoluta del comité de dirección. "Cada mes se fijaban unos indicadores claves de mejora que se revisaban de manera periódica", explica. Unos indicadores diferentes para cada departamento.

Demandas del canal

En un ejercicio tan complicado como el pasado, Adeva explica que el mayorista trató de capitalizar la empatía con el cliente en un buen servicio y en una rápida respuesta a las demandas del canal. "En los momentos álgidos de los meses de marzo y abril del pasado año priorizamos el suministro a áreas claves como la sanitaria", recuerda. Fue el caso, por ejemplo, de la logística que se realizó para cubrir la demanda del hospital IFEMA.

El soporte financiero fue clave. Vinzeo trasladó a su red de distribución las facilidades financieras que pusieron en marcha los fabricantes, a las que añadieron medidas propias. Por último, practicaron el arte de la transparencia. "Trasladamos al canal la realidad", insiste.

De cara a este 2021, Adeva apunta que además de no perder ni un ápice en las áreas en las que los distribuidores han destacado al mayorista (lo-

“Hay que recordar al canal que contamos con unos laboratorios punteros que permiten desarrollar cualquier paquetización a medida”

Mirada a 2021

De cara a este año, Adeva insiste en que hay que seguir esforzándose por lograr un conocimiento más profundo del cliente. “Hay que apoyar a los grandes y también a los pequeños”, insiste. “Queremos especializarnos y apoyar, especialmente, el desarrollo de soluciones en el área del mercado audiovisual, en los segmentos vinculados con las estaciones de trabajo o el sector de la impresión, uno de los que más ha sufrido durante el pasado año por el cierre de oficinas y la implantación del trabajo en remoto”.

Adeva insiste en la orientación al servicio. “Debe ser nuestra columna vertebral”, proclama. Unos servicios vinculados, por ejemplo, con labores de personalización. “Hay que recordar al canal que contamos con unos laboratorios punteros que permiten desarrollar cualquier paquetización a medida”. Junto a estos lugares de valor añadido, no olvida resaltar su capacidad logística. “Sigue siendo una gran parte de nuestro corazón de negocio, pero tenemos que llegar más allá”, puntualiza. “Ser capaces de dar una solución más que un producto”. 

gística, nube, soporte financiero y excelente relación entre la calidad y el precio), espera que culminen los proyectos que quedaron abiertos a principios de 2020, “relacionados con las infraestructuras, con el desarrollo de la nube o la implantación de ERP, por ejemplo”.

Desarrollo del canal profesional

Dentro de la estructura de Vinzeo el área que engloba al canal profesional cuenta con alrededor de 600 clientes que se reparten entre empresas dirigidas al mercado corporativo y a la pyme.

Adeva recuerda que en el área corporativa existió una enorme dependencia de los grandes proyectos. “Se produjo una enorme inversión en el segmento de la educación vinculada con la Administración Pública, lo que repercutió en el negocio del canal dirigido a estos entornos”. El negocio de este canal, según la consultora Context, creció un 11 % en el primer trimestre del pasado año, para luego decrecer en el segundo (un 6 %) y en el tercero (un 7 %). En el área de los distribuidores dirigidos al mercado de la pyme, el negocio experimentó un enorme crecimiento del 25 % en el tercer trimestre, según los datos de la consultora Context. En el primer trimestre el ascenso se cifró en un 2 % mientras que en el segundo la cifra de negocio de estos distribuidores en España fue similar a la de 2019. Adeva explica el doble dígito de ascenso del tercer trimestre por el retorno a una “cierta” normalidad. “Se reiniciaron las actividades y se produjo también una aceleración en los procesos de transformación digital de las pymes”.

Vinzeo

Tel.: 91 490 46 55



“Vamos a seguir tratando de implementar todas las soluciones demandadas por el canal para darle siempre respuesta de forma ágil y rápida”

Los *resellers* demandan de los mayoristas apoyo en marketing y formación



Los servicios en la nube son una de las áreas en las que más está invirtiendo el canal de distribución, según se desprende de la encuesta ChannelWatch 2020 de Context, realizada entre el 1 de marzo y el 15 de mayo de 2020, en los principales países de la región de EMEA y en la que han participado más de 5.000 *resellers*. El estudio revela los intereses del canal español, la valoración de los servicios que reciben de los mayoristas y su visión sobre la evolución de su negocio.

Rosa Martín



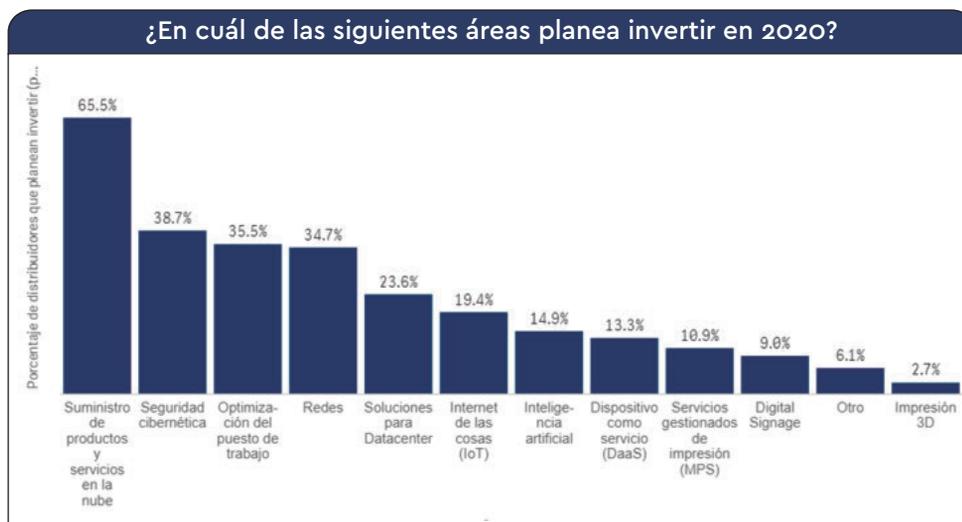
Los *resellers* españoles, dentro del ámbito B2B, han concentrado su inversión en el suministro de productos y servicios en la nube (65,5 %), seguido de la seguridad (38,7 %), la optimización del puesto de trabajo (35,5 %), las redes (34 %) y las soluciones para el *data center* (23,6 %). En este apartado, se observa que los distribuidores también están entrando en nuevas áreas como el IoT (19,4 %), la inteligencia artificial (14,9 %) y los servicios. En el ámbito B2C, la inversión de los *resellers* se ha destinado principalmente al segmento del PC (55,4 %), el software (48,5 %) y los *smartphones* (36,9 %).

Las soluciones para el *smarthome*, los *wearables* y la impresión 3D son los apartados en los que menos han invertido.

La encuesta también ha pulsado la opinión sobre los servicios que ofrecen los mayoristas a los distribuidores. Tanto los que tienen un enfoque B2B como B2C citan como los servicios mejor valorados a las entregas a tiempo, el soporte preventivo y la capacidad de integrar múltiples fabricantes.

Los distribuidores también están comprando a los *etailers* puros, entre los que se encuentran los grandes nombres del negocio *online*. El 75 % ha comprado en los últimos seis meses, aunque el 67,6 % de los distribuidores ha comprado en estos *sites* una pequeña parte de productos (entre el 1 y el 10 %).

Un 30,2 % de los distribuidores desarrolla productos

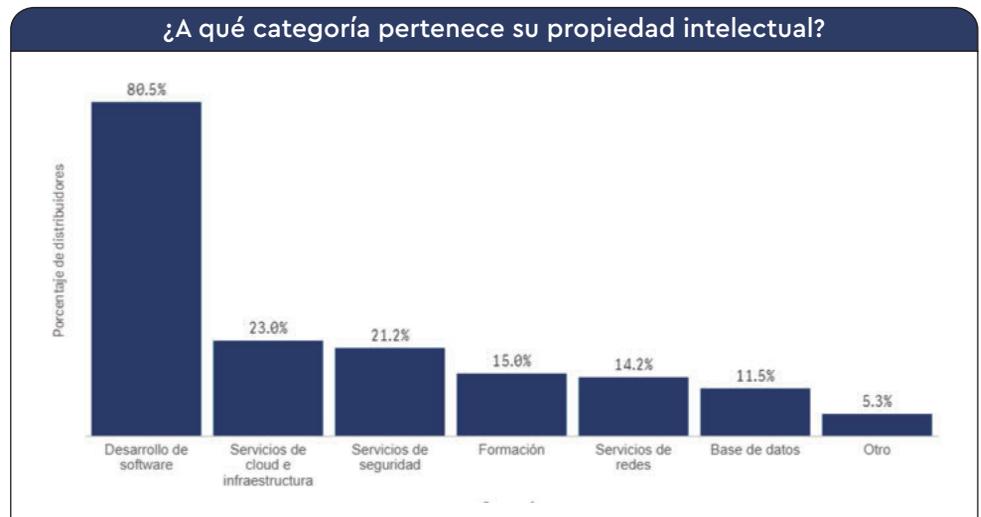


El 65,7 % señala que está incrementando su negocio por el SaaS

Nube

La encuesta revela que un 30,2 % de los distribuidores desarrolla productos y principalmente software (80,5 %), aunque también tienen capacidad para desarrollar otros servicios en la nube e infraestructura (23 %).

El 65,3 % de los encuestados vende productos en la nube y, además, un 37,1 % tiene en su catálogo más de 10 ofertas de este tipo. Los servicios



Los distribuidores están compensando el descenso de los ingresos generados por la venta tradicional de hardware y software por el incremento de los que proceden del modelo como servicio. El 65,7 % señala que está incrementando su negocio por el SaaS, mientras que el 43,2 % está generando nuevos ingresos por la venta de PaaS.

En el terreno IaaS, no se percibe un crecimiento significativo por este tipo de servicios. El 45,7 % indica que sí que ha generado ingresos por este apartado, mientras que el 45,7 % no ha registrado incremento por esta vía. Y en el segmento de los dispositivos como servicio, solo un 28,4 % ha logrado ingresos por este negocio.

Los mayoristas también están apoyando a los resellers en este negocio. El 72,5 % indica que recibe apoyo en el terreno del SaaS, un 55,3 % en el apartado del PaaS, un 54,4 % en el terreno del IaaS y un 42,2 % en el ámbito del dispositivo como servicio. Los distribuidores indican que para comercializar

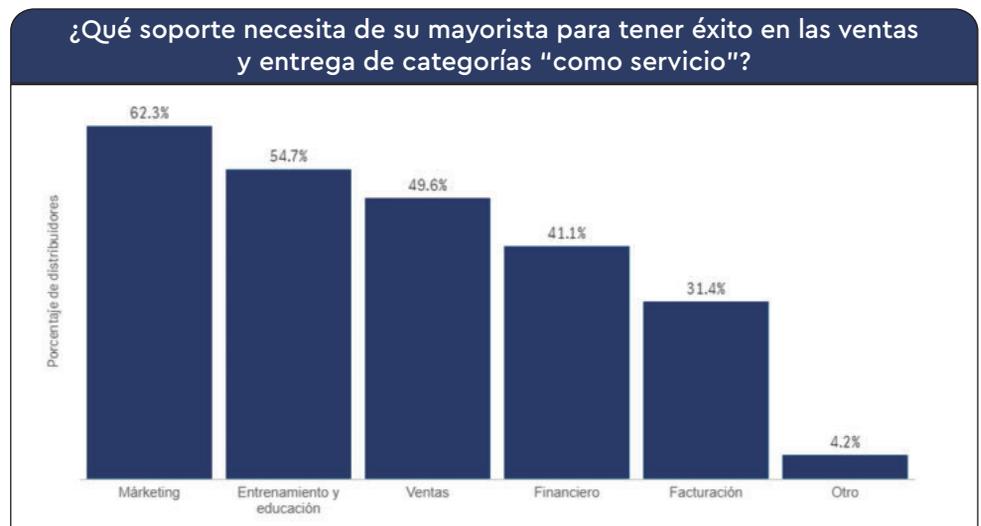


más vendidos son los de copia de seguridad, recuperación de datos y almacenamiento (75,7 %), alojamiento web y comercio electrónico (53,3 %), e infraestructura (50 %).

este tipo de servicios necesitan de los mayoristas apoyo de marketing (62,3 %), entrenamiento y educación (54,7 %), apoyo en las ventas (49,6 %) y soporte financiero (41,1 %).

Evolución del negocio

Los distribuidores encuestados también han hecho su propia previsión sobre la evolución de su negocio tomando como referencia el comportamiento del último año. El 59,7 % declaró que su negocio se comportó bien en los últimos 12 meses. Sin embargo, de cara a los próximos 12 meses las opiniones están más divididas. El 38,3 % espera que vaya mejor, el 34,9 % cree que irá peor y el 26,8 % no espera ningún cambio.



Exclusive cierra año fiscal en España con un crecimiento en torno al 30 %

"Todo hace pensar que la seguridad seguirá siendo una punta de lanza en el mercado de forma diferencial"



Carmen Muñoz, directora general de Exclusive Networks en España y Portugal

El papel protagonista que ha tenido la seguridad en las inversiones de las empresas ha sido la clave de los buenos resultados obtenidos por Exclusive Networks el pasado ejercicio. Carmen Muñoz, directora general del mayorista en España y Portugal, desvela que el nivel de crecimiento de la filial se acerca al 30 %. "Se trata de un crecimiento sostenido y que incluye a todas las áreas de seguridad en la que estamos trabajando".

Marilés de Pedro

Seguridad, área prioritaria

La seguridad, prioridad en las inversiones de las empresas a juicio de la máxima responsable del mayorista, genera el 80 % de su negocio. "Solamente hay que ver los resultados y la evolución del negocio para darnos cuenta de que sí ha sido una prioridad. Incluso en la primera etapa del pasado 2020 en la que ya observábamos una aceleración de los proyectos de ciberseguridad", explica. La ciberseguridad ha sido una consecuencia clara e inmediata de la situación que vivió España desde el pasado año. "Vimos cómo muchos proyectos que estaban planteados para final de año o incluso para ejercicios posteriores se agilizaron y se concretaron antes del verano", advierte. "Observada la previsión de proyectos, espero que sigamos en los mismos niveles de crecimiento y que la seguridad siga siendo una punta de lanza en el mercado de forma diferencial". Muñoz recuerda que el entorno del puesto de trabajo, que venía pujando con fuerza, ha experimentado un

enorme impulso por el forzado despliegue del teletrabajo. Junto a él, la seguridad de la nube ha sido un motor fundamental. "Las empresas tienen cada vez más aplicativos en este entorno y muchas están dando el paso hacia entornos híbridos".

En 2020 también se observó un crecimiento importante en las inversiones realizadas por la Administración Pública. También en los entornos financieros y de seguros. "En las áreas vinculadas con las empresas pequeñas y medianas hemos notado una cierta desaceleración en los proyectos", reconoce. "Son los segmentos donde mayor impacto está teniendo la crisis económica que ha venido derivada de la covid-19".

Exclusive Networks sigue exhibiendo una oferta muy diversificada, en la que conviven soluciones muy consolidadas en el mercado junto a opciones con un componente disruptivo. "Hemos empezado a ver más proyectos relacionados con la seguridad del directorio activo, el cifrado, el backup del puesto de trabajo o el comportamiento de los usuarios, entre otros".

Exclusive On Demand (X-OD): Exclusive Network se lanza a los modelos de suscripción

Nadie escapa al influjo de los modelos de pago por uso. El pasado mes de septiembre, Exclusive Networks lanzaba X-OD (Exclusive On Demand), una plataforma de suscripción bajo demanda para que cualquier tecnología de su oferta pueda ser ofrecida por su red de clientes como un servicio. Disponible en España desde el pasado mes de noviembre, X-OD ya cuenta con el sí de dos proveedores en España (Palo Alto y Proof-Point). "Es una oferta perfecta para la situación de mercado en la que estamos y es una excelente herramienta para el canal", explica Carmen Muñoz. "Conseguimos transformar un modelo tradicional

de venta en un modelo como servicio con la posibilidad de que los clientes puedan pagar como quieran y combinar estrategias de *capex* y *opex* en función de las necesidades sin asumir riesgos". La plataforma, desvela, va a ser un foco fundamental de la estrategia del mayo-

rista de cara a 2021. "Es una herramienta que permite a las compañías avanzar en sus procesos de transformación digital, combinando la estrategia tecnológica con la de negocio". Muñoz espera que nuevas marcas se vayan sumando a la oferta de X-OD en los próximos meses.



Centro de datos

No olvida apelar al área del centro de datos. Tras el parón que se produjo en España en este entorno en la primera parte del año pasado, en la actualidad se están empezando a ver más proyectos ligados a la migración a la nube y a la transformación digital de las empresas. Reconoce Carmen Muñoz que en el primer tramo del pasado año las compañías tuvieron que "reasignar los presupuestos en función de las urgencias provocadas por esta crisis", reconoce. En el caso particular de Exclusive Networks, el excelente comportamiento del área de la ciberseguridad ha compensado el parón de la parte del centro de datos.

Vistazo a este 2021

De cara a las previsiones para 2021, Carmen Muñoz identifica dos pilares en la inversión. "Cada vez hay más ataques; más dirigidos y sofisticados; y, por otro lado, todo el proceso de transformación digital de las empresas". Junto a ellos la migración hacia entornos más ligados a *cloud* "va a ser también un área clave de crecimiento en materia de seguridad". La directiva recuerda que el gobierno ha anunciado que va a multiplicar por seis el presupuesto para permitir la digitalización de la Administración Pública, incluyendo también ayudas para las empresas. "Si algo hemos aprendido de la pandemia es que hay que adaptarse a los entornos cam-

biantes", razona. "Las empresas han tenido que migrar su modelo de negocio para mantenerse y seguir creciendo. Y la tecnología es clave. Conforme las compañías vayan avanzando en ese proceso de adopción digital, "la seguridad seguirá siendo un elemento clave para garantizar la continuidad del negocio". En el caso de Exclusive, la directora de la filial ibérica recuerda que se van a apalancar en la nueva oferta que les permite ir hacia "un modelo de venta mucho más flexible y más adaptado a los momentos en los que vivimos". Junto a él no olvida el pilar que siempre ha mantenido su negocio: la innovación tecnológica. "Seguiremos potenciando y llevando al mercado soluciones novedosas y adaptadas a las nuevas necesidades".

Exclusive Networks
Tel.: 902 10 88 72

El pasado año la marca ha evolucionado su programa de canal

Check Point: en 2020 los ciberdelincuentes han dado una vuelta de tuerca al *ransomware*



Mario García, *country manager* de Check Point para España y Portugal

2020, a pesar de todo, ha resultado un año interesante para algunos sectores empresariales. El de la seguridad es uno de ellos. Así lo afirmó Mario García, *country manager* de Check Point para España y Portugal. Un año en el que reconoce que se han producido un gran número de ataques de forma masiva y de muy diferente índole.

 Inma Elizalde

Eusebio Nieva, director técnico de la marca en España y Portugal, recordó que los ciberdelincuentes han dado "una vuelta de tuerca" al *ransomware*, una amenaza con la que siguen "cosechando grandes éxitos". Atacantes que, por otra parte, comienzan a aproximarse a los empleados, con fines económicos, con el fin de instalar *malware* dentro de las compañías, advierte. "Hay muchos más vectores de ataque, por lo hay que estar prevenidos". Víctor Molina, *team leader SE* de Check Point España, aboga por una defensa homogénea, con diferentes capas, y por la aplicación de Zero Trust.

Como fórmula magistral recomienda enseñar a las personas qué deben y no deben hacer. Y aplicar técnicas de prevención, no solo de detección, para acabar con el ataque antes de que ocurra.

Eusebio Nieva subraya que para Check Point es muy importante aportar a la

sociedad, además de sus soluciones de seguridad, alguna de las investigaciones que han llevado a cabo. Como uno de los ejemplos, el sistema operativo Linux ya ha incorporado una tecnología de protección diseñada y desarrollada por Check Point para resolver un problema que se daba en el mismo. La compañía también ha desarrollado una biblioteca sobre técnicas de evasión para que los investigadores de *malware* puedan utilizarla y averiguar si alguien está usando esa técnica para ofuscar el código. Con esta biblioteca podrán mejorar la calidad y la velocidad de la detección y la investigación.

Iniciativas de canal

2020 también fue un buen año para el canal de Check Point. Así lo asegura Fernando Herrero, director de canal de la compañía, quien reconoce que el teletrabajo y el confinamiento han representado una oportunidad para los *partners*.

Un canal que en un primer momento llevó a cabo proyectos relacionados con la continuidad del *endpoint*, aunque también vio incrementar el negocio de los servicios en la nube.

En el entorno de la seguridad han pasado por dos fases: una seguridad muy básica, con proyectos tradicionales como VPN en acceso remoto en los centros de datos para asegurar la conectividad a las empresas. Para pasar, en la segunda fase, hacia proyectos *cloud*: la migración desde el punto de vista de la seguridad, aunque según Herrero, los *partners* también están recibiendo muchos *inputs* relacionados con IoT, los móviles y los servicios gestionados de seguridad. Para Herrero, la formación en todo ello es fundamental.

En cuanto a Check Point, el directivo ha señalado que uno de los hitos conseguidos ha sido su programa de canal 2020. Una evolución del programa anterior al que han añadido el nivel "Cinco estrellas", en el que exigen certificaciones comerciales y técnicas.

Para cada nivel piden un mínimo de puntos que los *partners* pueden conseguir, por ejemplo, gracias a actividades relacionadas con productos de Check Point. La suma de estos puntos les permitirá situarse en el nivel que deseen. ¿Cómo se lleva a cabo la medición de los mismos? A través de la aplicación para dispositivos móviles, Check Point Engage, que les permite anotar las actividades que han llevado a cabo.

Por último, Herrero ha señalado que en sus *partners* buscan alineamiento estratégico y capacidad de ejecución.

Repaso por 2020

Del pasado 2020, desde la multinacional de seguridad israelí destacan un aumento de los ataques contra las empresas ya que, de media, según su informe Threat Intelligence Report, han sufrido más de 500 ataques por semana, siendo el principal vector de entrada el correo electrónico. ¿El tipo de *malware* más utilizado? *Bonets* y *cryptojackers*.

Aunque sí hay algo que ha marcado el pasado año ha sido un teletrabajo ne-



Fernando Herrero,
director de canal de Check Point

El ransomware ha crecido un 160 % en España, con una novedad: el ransomware de doble extorsión

Y todo ello sin olvidar que un 48 % de las empresas españolas todavía no cumple con la GDPR, un 8 % menos que la media europea.

La buena noticia viene de la mano de la disminución del *malware* en España, un 10 % menor que el año pasado, aunque las cifras todavía lo sitúan en un 34,1 %. 

cesitado de una gran seguridad, protegiendo todos los activos corporativos. Sin embargo, han sido varias las dificultades que han tenido que atravesar las empresas al tener que abordar de una manera tan acelerada el trabajo remoto. Check Point destaca que el 61 % de las empresas tuvo que hacer frente a riesgos de seguridad adicionales, un 55 % a la seguridad de los accesos en remoto y un 49 % a la protección del *endpoint*. Los cibercriminales aprovecharon la pandemia para inundar la red con ciberataques, fundamentalmente de *phishing*, con el coronavirus como gancho para incrementar su tasa de éxito. El *ransomware*, por su parte, ha crecido un 160 % en España, con una novedad: el *ransomware* de doble extorsión, es decir, la publicación de algunos de los datos en la *dark web* para aumentar el nivel de intimidación.

En cuanto a la nube, según su informe Cloud Security Report 2020, el 75 % de las empresas está preocupada o muy preocupada por su seguridad en la misma, siendo la mala configuración, el acceso no autorizado, las interfaces inseguras y el secuestro de cuentas, los principales riesgos a los que hacen frente las empresas.

Check Point
Tel.: 91 799 27 14



La covid-19 alza esta tecnología como el gran aliado para el futuro del ámbito de la salud

2020: el año en el que la impresión 3D reivindicó su poder en el sector sanitario



La situación excepcional que atraviesa el mundo desde marzo de 2020 ha impulsado la tecnología de la impresión 3D en el ámbito sanitario. Un sector que se vio superado por los acontecimientos y en el que, al principio de la pandemia, escaseó el material sanitario de primera necesidad. En esas primeras semanas de caos muchas compañías y particulares pusieron sus impresoras 3D al servicio de los centros hospitalarios para abastecerles en su lucha contra la covid-19.

 Olga Romero

Estos complicados meses han servido para que la impresión 3D reivindicara su poder facilitador en el sector sanitario, pero no solo en la batalla contra esta pandemia, sino de cara al futuro. Sergio Martín Arango, *business unit manager printing & office products* en Esprintet, asegura que esta crisis sanitaria ha servido para "poner a la impresión 3D en el mapa y dar mayor visibilidad a las posibilidades que ofrece en el ámbito de la salud". Y es que, como afirma, "se puede utilizar para fabricar biomodelos para pedagogía médica o

ensayo de cirugías, fabricar prótesis de todo tipo y crear material sanitario".

Un material que tuvo serios problemas de suministros debido a los cierres fronterizos y a la gran demanda de los mercados internacionales. Tal y como subraya Jaume Homs, *Iberia 3D regional business manager* de HP, "en esos momentos era necesario encontrar una solución que, de forma rápida, diera respuesta a las necesidades de material de los que se encontraban en primera línea de batalla, salvando la dependencia de la cadena de suministro y de la producción exterior".

HP fue una de esas organizaciones que dio el máximo para que los profesionales de la salud contaran con el material de protección necesario y facilitar su labor durante la crisis sanitaria. "Nuestra capacidad de producción y la de nuestra comunidad de *partners* permitió suministrar a los hospitales casi cuatro millones de piezas impresas en 3D", asegura Homs. Hisopos nasales, ajustadores para mascarillas y protectores faciales fueron algunos de los elementos que el fabricante entregó en los centros sanitarios, demostrando, así, "la viabilidad de esta tecnología para aumentar la velocidad de fa-

bricación, reducir los costes de producción y responder de forma ágil a la volatilidad de la demanda y del mercado", explica.

Ante este impulso de la impresión 3D, ¿cuál ha sido el comportamiento del mercado desde que se desató la pandemia? Según comenta Martín Arango, "en el auge que se dio durante el segundo trimestre del año hubo un crecimiento importante en la venta de consumibles, pero pronto llegaron las roturas de stock, como en muchas otras categorías, y se frenaron las ventas". En cuanto a las ventas de impresoras, el directivo de Espritnet indica que en el cuarto trimestre ha habido un incremento considerable, "por lo que las perspectivas de futuro son muy buenas", subraya.

Colaboración para un futuro mejor

La crisis sanitaria ha supuesto un punto de inflexión para la tecnología en general y para la impresión 3D en particular. Asimismo, abre un nuevo escenario en el que la colaboración entre el sector tecnológico y el de la investigación dibujarán un futuro nuevo y mejor. "Experiencias como esta han demostrado que es posible y necesario explorar nuevas vías de colaboración público-privada para encontrar soluciones sin intereses individuales y que nos ayuden a superar las dificultades", explica el directivo de HP. Y es que, como reconoce Homs, una de las lecciones que dejó el pasado 2020 es la necesidad de crear un ecosistema innovador que combine los esfuerzos de diferentes agentes sociales para "construir un modelo nuevo y mejor preparado para competir y afrontar cualquier posible eventualidad".

Por su parte, Martín Arango señala la inversión en tecnología como "uno de los ejes más importantes en el plan de recuperación de la economía y esto debería ayudar a impulsar el sector del 3D". Sin embargo, reconoce que es un ámbito que todavía "está lejos de su etapa de madurez, ya que quedan muchas cosas por hacer y muchas oportunidades abiertas". Además,

hace un llamamiento a darle "un enfoque más industrial y promover su uso en otros ámbitos, como el sanitario". Y es que el canal IT español



siempre lo ha ligado a la educación, pero, tal y como asegura, "la especialización en este sector ofrece al distribuidor la posibilidad de incrementar su negocio a través de la formación

al usuario y el servicio asociado en general". Esta pandemia ha puesto en valor el poder de la tecnología para construir un futuro mejor y cómo su uso en determinados sectores puede facilitar la labor de sus profesionales. Consciente de ello HP tiene sus soluciones de impresión 3D al servicio de muchos sectores y, como reconoce Homs, "en todos ellos tenemos experiencias de cómo nuestra tecnología puede ser una gran aliada para fabricar determinadas piezas por su agilidad, coste y posibilidades de personalización". Además, el fabricante tiene a más de 2.300 personas trabajando en su Centro de San Cugat para investigar nuevas áreas de aplicación de la impresión 3D en el ámbito sanitario. "Desde prótesis personalizadas, más ligeras y a un menor precio, hasta la impresión de órganos para que los cirujanos practiquen antes de una operación de riesgo", comenta.

El mercado de la impresión 3D

- Según la consultora Context en el segundo trimestre el mercado mundial de la impresión 3D se incrementó en un 24 % en los envíos de unidades nacionales de impresoras de clase industrial en China.
- Las ventas de impresoras de escritorio personales aumentaron un 68 % durante el mismo período.
- Las ventas de las impresoras 3D de gama alta y media sufrieron un estancamiento significativo, mientras que los dispositivos profesionales de clase económica mantuvieron una fuerte demanda.
- Los envíos de impresoras industriales representaron el 62 % de los ingresos globales de productos terminados en el segundo trimestre de 2020.



Previsiones

- Context prevé una aceleración del mercado de la impresión 3D a partir de 2021 y un aumento en las ventas de impresoras. Unos pronósticos derivados de la capacidad para imprimir bajo demanda y sin largos plazos de entrega.
- La aparición de nuevas tecnologías de impresión, el cumplimiento de la demanda reprimida de los mercados existentes y la incorporación de la tecnología de impresión 3D en nuevos mercados finales con el objetivo de optimizar las complicadas cadenas de suministro y mejorar la planificación serán las tendencias que marcarán este sector el presente año.

Ha mejorado su programa de *partners* con nuevos recursos

Pure Storage sigue expandiendo el modelo del almacenamiento como servicio

Pure Storage ha aprovechado los últimos meses de 2020 para renovar su oferta y ofrecer nuevas herramientas a sus *partners* con el objetivo de adaptar su propuesta a las nuevas necesidades de sus clientes. Estas novedades han llegado en un momento en el que la compañía está creciendo por encima del mercado tanto a nivel global como local y en el que está apostando por extender el modelo del almacenamiento como servicio.

 Rosa Martín

El mercado del almacenamiento no ha pasado por sus mejores momentos durante 2020. Los analistas han reflejado caídas entre el 5 y el 10 % dependiendo del trimestre. Sin embargo, Pure Storage ha mantenido el crecimiento tanto en términos locales como globales. "Hemos seguido creciendo", confirma Miguel Pleite, director técnico de Pure Storage en Iberia. Este crecimiento se ha sustentado en el buen comportamiento de su propuesta de almacenamiento como servicio. "Hay que destacar tanto a nivel mundial como de España "Pure as a service", que ha tenido un incremento constante a lo largo de todo el año". Este incremento le ha permitido ir por delante del mercado e incluso obtener en algunos trimestres un resultado sobresaliente. Por ejemplo, en nuestro país, durante el segundo trimestre logró crecer más de un 80 % cuando el mercado cayó un 5 %, según apunta Pleite. El interés de los clientes por los servicios ha sido clave en esta evolución y ha sido un factor que ha propiciado que el año haya sido positivo, a pesar de todos retos que se han presentado.

Novedades

El auge del almacenamiento como servicio le ha llevado a mejorar su propuesta con la ampliación de su catálogo. Ha pasado de ofrecer tres servicios a siete con el fin de aportar mayor capacidad de almacenamiento. "Hemos añadido cuatro servicios de mayor rendimiento. Es una oferta más

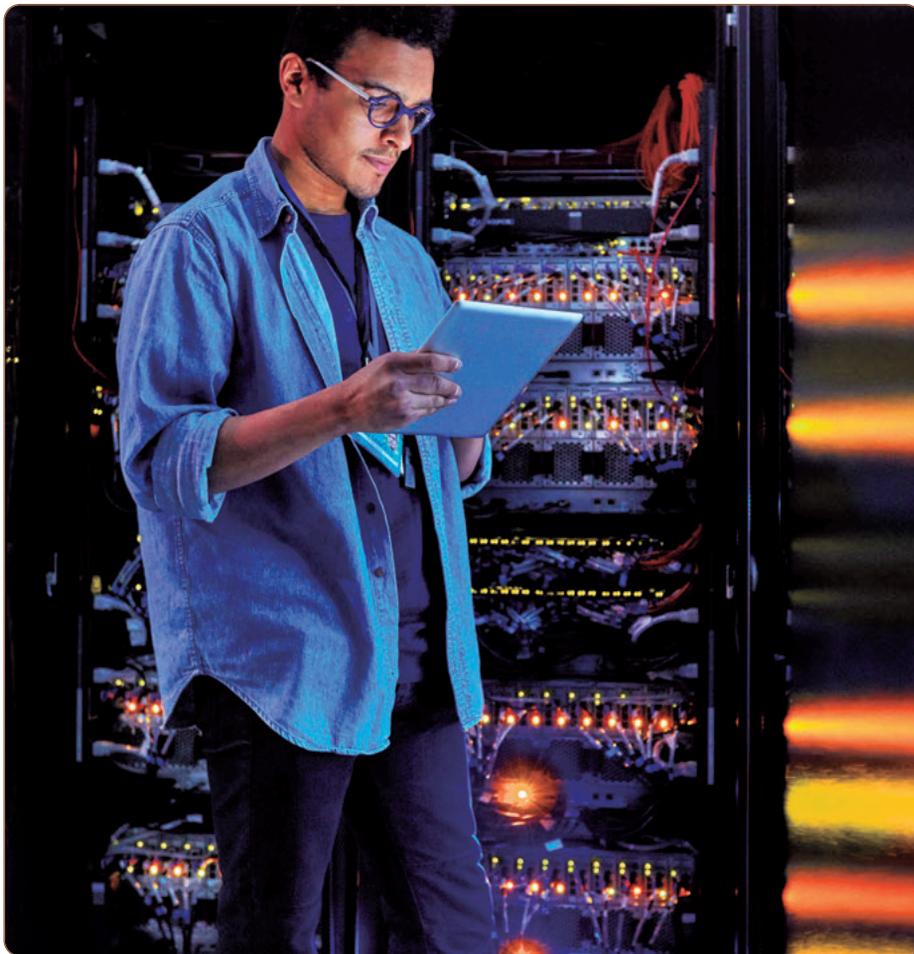


Miguel Pleite, director técnico de **Pure Storage** en Iberia

ajustada a las necesidades del cliente". Al mismo tiempo ha reducido la contratación de entrada con el fin de dar más facilidades a los clientes que pagan solo por lo contratado y no por el aprovisionamiento.

Uno de los nuevos servicios es "Full Stack as a Service" que ofrece almacenamiento, computación y red. Este servicio es fruto de la alianza que mantiene con Cisco y une las soluciones de este último con su arquitectura FlashStack. Su principal ventaja es la flexibilidad a la hora de pagar en función del uso. Pleite reconoce que esta propuesta supone un avance para adaptarse "como un guante a las necesidades del cliente".

La compañía con el fin de facilitar el trabajo a sus *partners* y acelerar el tiempo de implantación ha lanzado el programa Pure Validated Design, que parte de las prácticas recomendadas para construir arquitecturas proba-



entrada hasta el más elevado, que es el denominado Leyenda, los *partners* pueden ir mejorando su capacitación y al mismo tiempo obtener diversos beneficios como el contacto directo con responsables de Pure, el acceso a eventos y a contenido exclusivo. "El foco es el autodesarrollo" explica el directivo. Pure Storage con esta iniciativa quiere fomentar el desarrollo de sus *partners*. "Lo que queremos es facilitar el conocimiento a nuestros *partners* y que se sientan integrados en nuestra familia de técnicos". El renovado programa de *partners* también incluye nuevos recursos de formación para que los socios puedan seguir un plan personalizado *online* del modo que prefieran: autoservicio, bajo demanda o con la dirección de un formador. En este sentido, Pleite recalca que el producto cambia constantemente lo que obliga a lanzar nuevas sesiones de formación. "Con una frecuencia casi mensual tenemos sesiones *ad hoc* o de revisión. El esfuerzo es constante y tenemos un equipo dedicado a esto".

La compañía con esta renovación sigue apostando por su red de socios y dan respuesta a sus necesidades. "Queremos ser la mejor empresa del mercado para clientes y para *partners*", reitera Pleite.

Esta estrategia le está permitiendo afianzar la relación con sus *partners*, que es la base de su crecimiento. Además, durante el año pasado ha dado un paso más para consolidar su canal en nuestro país con la entrada de Ingram Micro a su red de distribución. "La entrada de Ingram

Micro nos ayuda a completar nuestra oferta y a expandir nuestro canal de *partners*", confirma el directivo. Pure Storage también ha incrementado el número de socios durante 2020 y ha comprobado que el canal está incorporando el modelo de pago por uso, lo que está facilitando el desarrollo de su estrategia del almacenamiento como servicio.

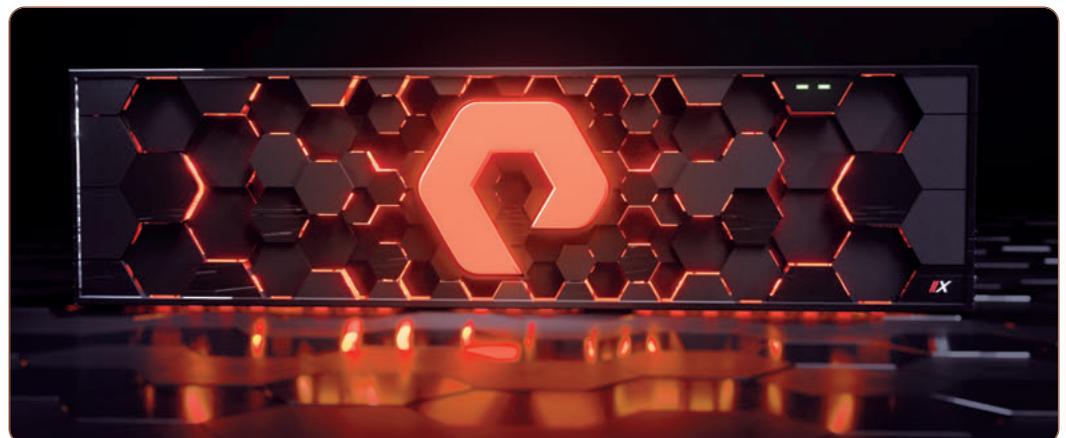
Partners

Micro nos ayuda a completar nuestra oferta y a expandir nuestro canal de *partners*", confirma el directivo. Pure Storage también ha incrementado el número de socios durante 2020 y ha comprobado que el canal está incorporando el modelo de pago por uso, lo que está facilitando el desarrollo de su estrategia del almacenamiento como servicio.

Esta línea de apoyo al canal será constante durante este año para dar una rápida respuesta a los clientes ante la incertidumbre y la aparición de nuevas necesidades; aunque en los planes de la compañía también se encuentran el trabajo para fortalecer las operaciones y asegurar la protección de la información de sus clientes frente a los ciberataques. 

Micro nos ayuda a completar nuestra oferta y a expandir nuestro canal de *partners*", confirma el directivo. Pure Storage también ha incrementado el número de socios durante 2020 y ha comprobado que el canal está incorporando el modelo de pago por uso, lo que está facilitando el desarrollo de su estrategia del almacenamiento como servicio.

Pure Storage
Tel.: 91 572 64 32



El programa Arsys Partner Network (APN) ya cuenta con 200 compañías en España

"Queremos posicionarnos como la alternativa local para ayudar a las pymes a digitalizarse"



El consumo de *cloud* ha aumentado muchísimo, tanto en el ámbito del ocio como en los entornos empresariales", recuerda. El despliegue del teletrabajo ha permitido el crecimiento de la tecnología, asociado a él, para permitir este hábito. "Las empresas necesitaban acceder a sus documentos y a sus aplicaciones de manera remota", explica, "lo que ha provocado un aumento de la demanda alrededor de la infraestructura, de los escritorios virtuales o de las soluciones de videoconferencia, por ejemplo; lo que ha repercutido en el negocio de los proveedores que suministramos esta tecnología, como es el caso de Arsys".

Programa Arsys Partner Network (APN)

Hace dos años nació el programa Arsys Partner Network (APN), una iniciativa pensada para compañías que tuvieran un perfil de *cloud solutions*. A finales de 2020 el programa ya contaba con 200 compañías repartidas entre ISV, consultoras e integradores. "Muchas compañías están migrando sus aplicativos a infraestructuras *cloud*, evolucionando su negocio hacia un modelo SaaS", explica. Un proceso en el que es clave el soporte que están recibiendo por parte de los integradores de sistemas y de las consultoras, con una oferta centrada en diferentes servicios gestionados vinculados con la seguridad, la monitorización o la analítica de negocio, entre otros. Susana Juan recuerda que Arsys cuenta con un equipo dedicado en exclusiva a los *partners*. "Hemos trabajado para ayudarles a capturar este *momentum* digital". Cuenta con una batería de servicios que incluyen la consultoría a su canal. Juan recuerda que el pasado año el foco prioritario fue la formación y en suministrar a los *partners* contenidos y herramientas de marketing digital que les permitieran tanto reclutar nuevos clientes como mantener la relación con su cartera actual. Dentro de esta oferta de servicios vinculados con la nube, la solución de escritorios virtuales se ha erigido en la más destacada. "Muchos de estos proyectos estaban muy relacionados con la urgencia de implantar el teletrabajo",



Susana Juan, directora del canal de Arsys

Mucho ha evolucionado el perfil de Arsys tras más de 20 años de recorrido en el mercado tecnológico. Nacida al amparo de la oferta vinculada con los servicios de presencia en Internet, el *hosting*, el correo o el *ecommerce*; hace una década anunció su apuesta decidida por la nube, con el lanzamiento de su propia plataforma *laaS*; que posteriormente se ha completado con una potente apuesta de servicios. Un recorrido en el que los *partners* han estado presentes. Susana Juan, directora del canal de Arsys, hace un balance positivo del pasado 2020; en el que el negocio del proveedor creció a doble dígito en España.

Marilés de Pedro

puntualiza. Entre ellos, destaca, por ejemplo, el desarrollado por uno de sus *partners*, Altitude Software, centrado en el entorno de los *call centers*, que desplegó en tiempo récord cientos de puestos de agentes de *call center* para que sus clientes pudieran mantener su actividad desde sus casas, lo que incluyó tanto el despliegue de la tecnología para habilitar los escritorios virtuales como toda la infraestructura necesaria para un buen funcionamiento.

Susana Juan también destaca los desplegados en el crítico entorno sanitario. "Destaca un proyecto puesto en marcha por uno de nuestros *partners* que ofrece servicios telemáticos para las principales aseguradoras. Desde abril, ha desplegado más de 1.000 puestos telemáticos, para permitir que el personal sanitario pudiera trabajar desde sus casas". La directora de canal recuerda que en este tipo de despliegues son "muy importantes los servicios de seguridad, relacionados con la soberanía de datos y que garantizan tanto la privacidad como el acceso seguro".

IaaS, valor de marca

En el entorno de la nube, el negocio que más volumen sigue moviendo en el proveedor es la infraestructura (IaaS), que sigue siendo lo más demandado. "Su crecimiento ha estado directamente vinculado con el almacenamiento y los servidores virtuales para alojar los datos y permitir un acceso desde cualquier sitio, de forma transparente".

Unos despliegues que han permitido a Arsys exhibir sus "valores de marca", como la cercanía o la flexibilidad, respecto a los grandes hiperescalares. "Es un servicio 100 % adaptado al cliente, a diferencia del café para todos que ofrecen estos proveedores", analiza. En el ADN de Arsys, insiste, está escuchar al cliente y adaptar lo que necesita en cada momento. "No solo flexibilidad desde el punto de vista de los elementos que conforman la infraestructura que se contrata sino también todo lo que hay alrededor: la facturación, la consultoría o la administración del servicio", relata.

Las enormes dificultades que han vivido las pymes, sobre todo en lo que afecta a su liquidez financiera, ha permitido a Arsys ofrecerles esta flexibilidad, para retrasar los pagos o disminuir su facturación. "También necesitan rapidez", completa. La directora de canal reconoce que han podido aprovechar oportunidades a las que estos grandes hiperescalares, por diferen-

tes motivos, no han sabido dar respuesta. "Lo que nos está abriendo muchísimas puertas", reconoce. "Esta situación tan complicada que hemos vivido nos está permitiendo dar mucha más visibilidad a nuestros valores".

Siempre lo tradicional

Junto a este negocio *cloud*, Susana Juan no olvida su negocio más tradicional vinculado con la presencia en Internet, las cuentas de correo o el *hosting*, que ha seguido creciendo gracias al impulso que han experimentado las áreas del correo, el consumo de *ecommerce* o el despliegue de las herramientas de marketing digital que "han crecido más que otros años".

Para la directora de canal, este negocio es fundamental y aunque el ritmo de su crecimiento es sensiblemente inferior al vinculado con la infraestructura y los servicios en la nube, sigue teniendo un enorme peso. "Es un negocio recurrente y nos da la solidez suficiente para seguir invirtiendo en el desarrollo de los otros".

Mirando a este 2021

De cara a este 2021, Susana Juan insiste en que Arsys va a seguir poniendo foco en sus valores de marca, "que en estos momentos tienen más sentido que nunca". Insiste en la flexibilidad y en la cercanía. Y tiene claro que Arsys es la alternativa local para ayudar a las pymes a conseguir ese nivel de digitalización que necesitan para sobrevivir. "Queremos ser un estandarte de simplicidad y de transparencia y demostrar que la forma más fácil de irse a la nube es a través del canal".

La compañía acaba de abrir una nueva oficina en Sevilla y está preparando la apertura de otra sede en Bilbao para dar cobertura al País Vasco. "Hay que estar cada vez más cerca de todas y cada una de las geografías".

Arsys

Tel.: 902 115 530



"La situación tan complicada que hemos vivido nos está permitiendo dar mucha más visibilidad a nuestros valores"

"Una empresa moderna debe contemplar la implantación de un puesto de trabajo inteligente seguro"

Si alguna enseñanza positiva ha traído este pasado año marcado por la expansión de la covid-19 ha sido demostrar que la productividad y el compromiso con la empresa no se merman con el trabajo en remoto. Es un mensaje que no ha dejado de repetir María José Talavera, directora general de VMware en España y Portugal. "Una empresa moderna debe incluir en su estrategia de negocio la implantación de un puesto de trabajo inteligente, que sea seguro". Una premisa que une inexorablemente a la protección y retención del talento. De cualquier edad y género, pero especialmente el joven. "Si no existe el desarrollo de un nuevo puesto de trabajo, las empresas perderán talento, sobre todo entre las nuevas generaciones".

Marilés de Pedro

Aunque hay todavía mucho camino por recorrer, hay barreras que han empezado a escalarse. Así lo atestigua el último informe de Future Ready Workforce de VMware. En el mes de marzo, el 61 % de los empleados reconocía que no confiaba en su jefe y tan solo el 13 % iba altamente comprometidos a trabajar. Nueve meses después, un 28 % de los empleados ha incrementado sus ánimos y está más comprometido con la empresa. Incluso, un 63 % reconoce que ha mejorado las relaciones con los compañeros y con los jefes. "El teletrabajo va a despegar", preconiza Silvia Leal, experta en liderazgo, futuro del empleo y tecnología. "Sin lugar a dudas, la mayoría de las personas son más productivas cuando desarrolla su trabajo en remoto". A su juicio, las empresas optarán por un modelo híbrido. "Las personas que ejercen el liderazgo en las empresas deben utilizar esta herramienta para competir y adaptarse a las nuevas condiciones del mercado".

La seguridad es materia prioritaria en este entorno. Talavera insistió en que es el gran reto. "Muchos siguen pensando que la seguridad se circunscribe al centro de datos", recuerda. "No es así; la seguridad debe extenderse hasta el extremo que marca el puesto de trabajo digital".



María José Talavera, directora general de VMware en España y Portugal

Formación

La formación y las competencias digitales señalan otras áreas básicas. Según un estudio de la CEOE, el 86 % de las empresas españolas no cuenta con una estrategia de digitalización y solo el 2 % de las mismas mostraba preocupación ante esta carencia. "Ya había un gap digital", advierte Leal. "Y no ha habido un momento mejor como el actual para reducirlo". La experta recordó la importancia de la formación. "Formémonos", recomendó. "Esta es la era del aprendizaje; aprovechémosla".

Es el camino, sin duda, para que se encuentre a los profesionales que la empresa busca: en España el 41 % de los directivos asegura que no encuentra el perfil de profesional que necesita. Además, las compañías deben incorporar los medios tecnológicos y culturales para una vez encontrados, no dejarlos marchar. Y, con ellos, salvar otra barrera más, la de la preparación tecnológica ya que el 50 % de los empleados advirtió que su empresa no estaba preparada para el reto de la digitalización del puesto de trabajo. "Si incrementamos en un 10 % esta digitalización, el PIB de España se incrementaría en un 3,2 %, generando más

de 250.000 puestos de trabajo", recordó Leal. Un proceso que, puntualizó, no supone la destrucción de puestos de trabajo. "Cuánto más humanos seamos, más difíciles seremos de sustituir".

VMware
Tel.: 91 412 50 00

Experiencia, calidad e innovación



www.dmi.es





Para más info: helpcloud@esprinet.com

Desarrolla tu negocio Cloud con Esprinet

