



facebook



twitter



newsbook.es

» La revista del distribuidor informático

Newsbook

Taf
editorial

Año XXVIII N° 289 Enero 2022

0,01 Euros



HP WOLF SECURITY

intel®

HP WOLF SECURITY
ESTABLECE TU PRIMERA LINEA DE DEFENSA

esprinet

IN RAM

Tech Data

VINZEO



Encendamos la luz de la
esperanza en **2022**

¡Feliz año!



grupotai

Tai Editorial - Tu web soluciones - Servixmedia

taieditorial.es | tuwebsoluciones.com | servixmedia.es

Newsbook



Año XXVIII Nº 289 Enero 2022

0,01 Euros

Fabricantes y mayoristas hacen sus previsiones de cara a este ejercicio

A

pesar de las dificultades, el año 2021 se saldó con un balance positivo para el sector tecnológico, que siguió manteniéndose como apartado estratégico. Los principales actores del sector tuvieron que enfrentarse a la falta de material y a los problemas de suministro, reajustando su planificación, pero lograron mantener el suministro. Ahora afrontan un año nuevo con la esperanza del impulso que darán los fondos NextGenerationEU para la transformación digital de las empresas y planean un año en el que seguirán siendo protagonistas las tecnologías que ayuden a mejorar los entornos de trabajo híbridos, la vida de las personas y la seguridad.

Sigue en pág. 16



¿Qué deparará

2022?

IBM quiere duplicar el negocio que hace con su ecosistema en los próximos cuatro años

“Nuestro objetivo es crecer, crecer y crecer”



Arranca una nueva etapa para IBM. Disgregada la unidad de servicios de gestión de infraestructuras TI, que ha dado forma a Kyndryl, el gigante azul pone su foco de negocio en el desarrollo de la nube híbrida y de la inteligencia artificial, en el que el ecosistema de *partners* es esencial. Fernando Suárez, *partner ecosystem sales leader* de España, Portugal, Grecia e Israel de IBM, reivindica el papel crítico que tiene en los retos de crecimiento para los próximos años.

Sigue en pág. 12



La transformación digital de las empresas, sexto eje de España digital 2025

La transformación digital de las empresas es uno de los principales objetivos del plan España Digital 2025. El sexto eje de esta agenda digital recoge todas las iniciativas y medidas para avanzar en este terreno y fomentar el emprendimiento digital. Dentro de esta línea de acción destaca el “Plan de Digitalización de Pymes 2021-2025”, un ambicioso programa que destinará más de 4.500 millones de euros para lograr este objetivo.

Sigue en pág. 40



El grupo Esprinet enfila hacia el valor

Con una previsión de facturación que rondará los 4.600 millones de euros y un EBITDA que alcanzará los 83 millones de euros el pasado 2021, lo que supondría un increíble ascenso desde los 41,1 millones de euros que alcanzó esta partida en 2020, el grupo Esprinet ha consolidado su trayectoria hacia la rentabilidad. Un camino en el que sigue primando el valor.

Sigue en pág. 36



Críticos deberes digitales en este 2022

Arrancamos 2022 envueltos, aún, en esta mierda de virus. Tras el verano, con la vacunación galopando a ritmos increíbles, parecía que habíamos arrinconado su expansión y virulencia, pero la nueva variante Ómicron nos ha devuelto la conciencia de lo vulnerable que es el ser humano.

Junto a esta alarma sanitaria, que va a cumplir casi dos años, se impone un trabajo, exhaustivo y concienzudo, para elevar el nivel de nuestra actividad económica. Un objetivo que debe incluir una política laboral y social que persiga la inclusión y reduzca la brecha que ha crecido de manera dramática en estos dos años, con un número creciente de personas en exclusión social y riesgo de pobreza.

Se nos abren, por tanto, 12 meses retadores en los que España tiene ante sí unos críticos deberes que llevar a cabo. El pasado mes de diciembre el Banco de España anunciaba sus previsiones de crecimiento para el pasado ejercicio, situando el ascenso en un 4,5 %, casi dos puntos por debajo de lo que anunció el pasado verano. Para este 2022 recién estrenado, se prevé un crecimiento del 5,4 %, también por debajo de lo pronosticado. La institución lo fía todo a 2023, un ejercicio en el que la previsión de crecimiento se situará en el 3,9 %. Unas previsiones, a la baja, que se apoyan en motivos como el crecimiento, más moderado del que se esperaba, en el segundo y el tercer trimestre del pasado año, el retraso en la implementación de los proyectos asociados a los fondos europeos, así como un menor dinamismo de la actividad en los últimos meses debido al repunte de casos y las nuevas restricciones. Además de la inflación.

El reto de España es poner en entredicho estas predicciones, creciendo por encima de lo que marcan, y los renombrados, una y otra vez, fondos NextGenerationEU son claves.

Desde hace meses venimos desgranando en esta publicación el Plan España Digital 2025 y este mes, precisamente, explicamos el sexto eje, que es el dedicado a la transformación digital de la empresa y el emprendimiento digital que pretende lograr la consecución de cinco objetivos, entre ellos el imprescindible de la aceleración de la transformación digital de las pymes. Aunque no son menos importantes los retos para impulsar el emprendimiento en España y la proyección internacional de nuestro ecosistema empresarial, la competitividad de nuestras pymes es la base sobre la que se asienta nuestra recuperación. No es la primera vez que lo escribimos y no será la última ya que en 2022 hay que aplicar, con inteligencia, el plan de digitalización de la pyme, al que se prevé destinar 4.656 millones de euros hasta 2023 y en el que se pretende llegar a más de un millón y medio de pequeñas y medianas empresas, 1.200.000 de ellas, autónomos y microempresas, lo que supone el 80 % del total.

El canal, como también hemos escrito hasta la saciedad, es un elemento fundamental para conseguir digitalizar a la pyme. Mayoristas y distribuidores deben ser el motor que las ayude a carburar digitalmente. Sus funciones, amplias, deben incluir la información, el asesoramiento y el soporte financiero. De la transformación de la pyme depende la transformación y la recuperación de España. Y el canal debe convertirse, una vez más, en su socio digital. 

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 Servixmedia 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/>

En primera persona

IBM



Fernando Suárez, partner ecosystem sales leader de España, Portugal, Grecia e Israel

12

En portada

Así será



16

Fabricantes y mayoristas adelantan sus previsiones para este ejercicio

En Profundidad

Esprinet



36

El renting, nuevo negocio para el mayorista en este 2022

Canal

Metallic, en la oferta de canal de **Commvault** **Pág. 6**

La apuesta por el canal de **Netskope** **Pág. 7**

Lenovo lanza su nuevo marco global de canal "Lenovo 360" **Pág. 8**

Ingram Micro incorpora a su *portfolio* la solución **Arexdata Data Security Protection** **Pág. 9**

Actualidad

HPE GreenLake marca el paso de HPE **Pág. 10**

El Gobierno evalúa el desarrollo de la agenda digital **Pág. 11**

En portada

El sexto eje del Plan España Digital 2025 **Pág. 40**

Se centra en la transformación de las empresas y el emprendimiento digital

En profundidad

YourTechExperience **Pág. 31**

La apuesta de Esprinet para ayudar a las pymes a digitalizarse

MCR **Pág. 32**

La movilidad, prioridad para el mayorista

Microsoft **Pág. 34**

La formación, esencial

VMware **Pág. 45**

La filial ibérica vive un momento excelente

Escaparaté

La tableta más potente de **Samsung** de su serie Tab A **Pág. 46**

Newsbook

Síguenos en  @newsbook_tai

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









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

MIEMBRO DE

  FEDERACION INTERNACIONAL DE LA PRENSA PERIODICA

DISTRIBUCIÓN

Publistat 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 

Nuestra galardonada tecnología sostenible ha llegado para quedarse

En Epson estamos 100 % comprometidos con nuestra tecnología de inyección de tinta Sin Calor y con la asistencia a nuestros distribuidores para que puedan suministrar soluciones de impresión a sus clientes y así reducir el impacto medioambiental. Hemos desarrollado la tecnología Sin Calor PrecisionCore, una alternativa exclusiva y más sostenible que las impresoras láser y las de inyección de tinta térmica.

Para a empezar a imprimir de forma sostenible, visita epson.es/heat-free

Hasta un

96 %

menos consumibles en comparación con las impresoras láser*

Hasta un

83 %

menos de consumo energético que la tecnología láser*

Hasta un

50 %

más rápido que las impresoras láser



**REDUCE EL
CALOR**



* www.epson.es/heat-free

EPSON®
EXCEED YOUR VISION

"Metallic ha acertado el ciclo de venta del canal a apenas un mes"

Asegura David Benito, director de canal de Commvault en España y Portugal, que el canal ya ha visto la oportunidad, enorme, que representa la venta de software como servicio. "Es la mejor opción para proteger las cargas en la nube y permite a los distribuidores añadir servicios". Tras apenas un año de recorrido en España, Metallic, la solución de *backup* como servicio (BaaS) de Commvault, que reposa en Microsoft Azure, ha sido acogida con entusiasmo por el canal de la marca.



El 90 % de los *partners* tradicionales de Commvault ya ha hecho alguna operación con Metallic", aseguró. Una fórmula que permite la implantación de proyectos más flexibles, más escalable y más ágiles. "Se acorta el ciclo de venta. Gracias a Metallic es posible cerrar las operaciones en un mes, mientras que con las fórmulas tradicionales éstas se alargan varios meses". Arrow, mayorista de Commvault en España, ha integrado en su negocio esta fórmula, sirviendo de vía para la comercialización, sobre todo, en las medianas cuentas.

Éxito rotundo de Metallic

El peso de Metallic en la facturación de la filial en España se mueve en torno al 10 %; un porcentaje que, asegura Eulalia Flo, directora general de Commvault en España y Portugal, podría alcanzar en poco tiempo el 15 %. "Ha sido un éxito rotundo", califica. Protector de todo tipo de entornos, Flo señala la seguridad en torno a Microsoft 365 como una excelente puerta de entrada para los nuevos clientes. "El 60 % de los mismos accede a través de Metallic", contabiliza. A la lista de cargas que ya protege (a Microsoft 365, suma Salesforce, SAP y Oracle), se irán sumando otras. Y también alcanzará clientes de toda condición. "Estamos desplegando esta solución en proveedores de servicio para alcanzar a las empresas medianas", puntualizó.



Eulalia Flo, directora general de Commvault en España y Portugal

Elisa Martínez, responsable del desarrollo de negocio de Metallic, insistió en que estas fórmulas proporcionan una seguridad mayor que el 90 % de las instalaciones que los clientes tienen *onpremise*. "Es multicapa. Se realizan 3 copias de seguridad en la región en la que opera el cliente y otras 3 copias en otras zonas, lo que contabiliza 6 copias diferentes en dos regiones distintas", contabiliza. "No hay instalaciones *onpremise* tan seguras como Metallic".

Mucho más allá del *backup*

La oferta de Commvault se ha desplegado, desde hace años, mucho más allá del *backup*. "Ya no solo

somos una empresa de gestión y de protección del dato; también aseguramos su disponibilidad", insistió Eulalia Flo. Un dato, al que señaló como "la nueva frontera" y que no dejan de crecer. "El pasado año se alcanzó un volumen de 64 zettabyte y el crecimiento, año a año, se sitúa en un 23 %", recordó. Se trata, explicó, de datos multigeneración. "Además de los nuevos entornos, siguen creciendo los datos alojados en los silos tradicionales. No podemos dejar atrás ninguna carga".

Commvault apuesta por una gestión racional en la copia de los datos. "El tamaño importa", aseguró. "Hay que lograr una mayor eficiencia en esta tarea". El 70 % de los datos sigue alojado en repositorios secundarios, "que son útiles para otros usos", recordó. A nivel mundial la compañía ha crecido en su facturación un dígito en el primer y segundo trimestre (un 7 y un 4 %, respectivamente), con el negocio relacionado con el software creciendo un 20 y un 4 %. "España está liderando esta tendencia", aseguró Flo. "Hemos crecido en el número de clientes en España. Contamos con más clientes gracias a que nuestra oferta es más grande y diversificada", reconoció. "Seguiremos manteniendo nuestro foco en captar nuevos clientes. El 40 % de nuestro negocio son nuevas cuentas".

Commvault

Tel.: 91 626 60 42



PUBLICACIONES

Para profesionales del canal de distribución TIC



Para los gerentes de la pyme



Para C-Level de mediana y gran empresa



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



Netskope Iberia quiere ampliar su red de *partners* con un canal cualificado y comprometido

El canal siempre ha sido pieza clave de la estrategia de Netskope. Por eso, y porque la filial en Iberia quiere impulsar su ecosistema de *partners* y construir un canal altamente cualificado y comprometido, la compañía ha incorporado a Francisco Machuca como nuevo *channel manager* para esta región. "Nuestra estrategia de canal estará centrada en esta línea de cualificación y compromiso de nuestros socios", afirma.

Machuca explica que para alcanzar este objetivo Netskope lanzará, el próximo mes, un nuevo programa de canal "donde se premiará la cualificación, esencial para que nuestros clientes puedan aprovechar todo lo que ofrece nuestra tecnología". El directivo también reconoce que, en este nuevo programa, "el compromiso será, junto con la generación conjunta del negocio, clave para conseguir el éxito en este nuevo curso en el que la compañía apuesta por Iberia".

Netskope no solo pretende afianzar su canal regional, sino que espera un incremento del mismo debido a la previsión de crecimiento de negocio. Razón por la cual la compañía está priorizando el reclutamiento de nuevos canales que estén interesados en ofrecer el mejor nivel de capacitación técnica y ayudar así a sus



clientes en el proceso de digitalización y en la adopción de una arquitectura SASE.

Para que estos nuevos canales consigan la capacitación necesaria Netskope cuenta con dos nuevos programas de canal. Por un lado, Netskope Prime, un programa de reconocimiento técnico para ingenieros de ventas. Y, por otro lado, Netskope Partner Delivery Program, desarrollado para habilitar, autorizar y apoyar mejor a los socios de la compañía en la prestación de servicios avanzados.

Nuevo plan de negocio

El objetivo de Netskope en Iberia es avanzar como referente en SASE y hacerlo apoyándose en el crecimiento de la región. Para ello la compañía acaba de anunciar, de la mano de Miguel Ángel Martos, *country manager* para Iberia de Netskope, el nuevo plan de negocio. Una estrategia que, como explica Martos, se apoya en tres pilares fundamentales: la ampliación del equipo humano, acelerar la inversión en I+D y la expansión de su red NewEdge.

Netskope ha logrado un continuo desarrollo en los dos últimos años y tras suscribir una ronda de financiación de 300 millones de dólares, alcanzando una

valoración de 7.500 millones de dólares, está impulsando su desarrollo e inversión con la finalidad de satisfacer la demanda de arquitectura SASE. "Estamos viendo un enorme crecimiento en Iberia, con organizaciones deseosas de adoptar un enfoque SASE que les permita acelerar la transformación de su arquitectura de seguridad", comenta Martos.

Para ayudar a todas estas empresas Netskope tiene previsto un crecimiento del equipo local del 50 %, tanto en fuerza comercial como técnica. A partir de ahora la plantilla trabajará en base a tres niveles: primero, una acción comercial directa en las mayores cuentas de España y Portugal. Segundo, alineamiento con los *partners* para implementar su programa de canal. Y, tercero, impulsar el marketing sobre su plataforma *cloud*.

Igualmente, para 2022 Netskope quiere abrir nuevos centros de datos, uno de ellos en España, que se sumará al ya operativo en Madrid. Unos centros de datos que ampliarán su red NewEdge que ya cuenta con 50 *data centers* por todo el mundo y la convierte en la red más conectada del mundo. 

Netskope
netskope.com/es



Francisco Machuca,
channel manager de Netskope en Iberia

Tech Data refuerza el apoyo a los *partners* que quieren hacer negocio en la nube

Con el objetivo de seguir fortaleciendo su oferta *cloud*, Tech Data ha presentado ELITE Cloud Support Service (CSS) Partner Program, un programa de servicios de soporte *cloud* para sus *partners* de Europa. El nuevo programa ha sido creado para ofrecer a los *partners* opciones flexibles, granulares y personalizables que les permitan crear un catálogo de servicios y licencias *cloud* rentables adaptado a sus necesidades de negocio.

Con opciones básicas y ampliadas, ELITE CSS Partner Program incluye, además, versiones de marca compartida o de marca blanca. El programa cuenta con una gran oferta de módulos de servicios facturados en función del uso y permite a los *partners* crear paquetes de servicios a medida de las necesidades de cada uno de sus clientes. Además, los complementos modulares incluyen acceso directo de los clientes finales, de forma que Tech Data puede atender las peticiones de los clientes finales directamente y no a través del *partner*; SLA personalizados, con reducción del plazo de respuesta

para problemas críticos; descuentos para Tech Data Managed Services; la oferta de Tech Data Academy y acceso a soluciones Click 2 Run de Tech Data.

"El programa ELITE CSS permite a los *partners* transformar sus capacidades de servicios *cloud* con una inversión relativamente baja, aprovechando la escala y la especialización en *cloud* de Tech Data. El programa inaugura una nueva era en servicios *cloud*, permitiendo que el *partner* desarrolle ofertas de servicios verdaderamente personalizadas mediante la combinación de numerosos complementos y opciones de marca blanca. Esto marca un nuevo referente para los servicios *cloud* centrados en el cliente, que



pronto se convertirán en imprescindibles para nuestros *partners* y sus clientes finales", señala Denis Fouquet, vicepresidente para Europa de *cloud and software* de Tech Data. 

Tech Data
Tel.: 93 297 00 00

Lenovo lanza su nuevo marco global de canal "Lenovo 360"

Con el objetivo de ofrecer un acceso más sencillo a toda su cartera de productos y soluciones, Lenovo acaba de presentar "Lenovo 360", un nuevo y exclusivo marco global para sus *partners* de canal.

En el contexto actual en el que las grandes corporaciones y las pymes se están moviendo al modelo "todo como servicio", Lenovo 360 pretende ayudar a que los socios de canal puedan aprovechar la oportunidad de hacer negocio ofreciendo a los clientes servicios y soluciones e impulsar de este modo nuevas fuentes de ingreso. Lenovo 360, que entra en funcionamiento este mes de enero, contará con ocho soluciones para una mayor productividad y colaboración del personal, flexibilidad de la infraestructura, mejoras en sostenibilidad y soluciones específicas por sector que abordan los retos más comunes de los negocios. El nuevo marco de canal contempla también programas de aceleración de bonificaciones, como las iniciativas "Better Together" y "TruScale Accelerator", que ofrecen a los



Pascal Bourguet,
director global de canal para **Lenovo**

partners la oportunidad de aumentar sus ingresos, incluso por encima del 30 % en las ventas de toda la cartera de productos y soluciones de Lenovo, y con las ventas mediante el modelo como servicio.

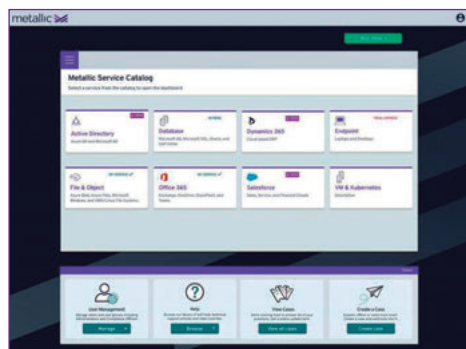
"Somos conscientes de que tenemos *partners* a los que les gustaría diversificar sus fuentes de ingresos y beneficios convirtiéndose a un modelo orientado a los servicios o basado en soluciones. Lenovo 360 combina nuestra cartera para ofrecer un acceso más sencillo a toda nuestra *suite* de productos y soluciones, dando la oportunidad a los *partners* de alcanzar estos objetivos, mientras sigue ofreciendo a los *partners* centrados en PC e infraestructura todo lo que necesitan", explicó Pascal Bourguet, director global de canal para Lenovo.

Además, este nuevo marco, disponible en el portal Lenovo Partner Hub, ofrecerá a los *partners* formaciones, certificaciones y libros de estrategia de marketing para el canal. 

Lenovo
lenovo.es

Arrow incorpora Metallic de Commvault a su plataforma de gestión en la nube

Arrow ha ampliado su colaboración con Commvault incorporando las soluciones de datos como servicio Metallic DMaaS de *backup* y recuperación de Commvault a su plataforma de gestión *multicloud* ArrowSphere.



Metallic es un conjunto de soluciones empresariales flexibles que ofrecen una protección escalable y asequible de *backup* y recuperación de los datos almacenados *on premise*, en la nube y en entornos híbridos, con cobertura para

una amplia gama de cargas de trabajo. Estas soluciones incluyen Microsoft 365 y Microsoft Dynamics 365, Salesforce, VM, contenedores, bases de datos y datos de archivos y objetos, así como ordenadores portátiles y de sobremesa. Además, Metallic ayuda a los clientes a garantizar el cumplimiento de las regulaciones de privacidad, incluido el RGPD.

"Arrow cuenta con un profundo conocimiento de la oferta de soluciones tanto de Microsoft como de Commvault, y la incorporación de estas potentes soluciones de *backup* a ArrowSphere ayudará a acelerar el viaje de los clientes a la nube. Metallic se une ahora a nuestro cada vez más amplio portafolio de productos disponibles a través de nuestra plataforma de gestión en la nube, que permite a los socios de canal acceder a presupuestos y pedidos agi-

lizados, aprovisionamiento automatizado e integración completa de la facturación", señala Kristin Russell, presidenta del negocio global Arrow Enterprise Computing Solutions.

Creada para ayudar a los *partners* de canal a gestionar, diferenciar y escalar su negocio en la nube, la plataforma ArrowSphere cuenta con un *marketplace* que incluye todos los hiperescalares, así como ofertas públicas y privadas de IaaS, PaaS, SaaS y software en la nube. Además, facilita una gestión integral del ciclo de vida *cloud* con funcionalidades como el aprovisionamiento automatizado, la integración completa de la facturación, la elaboración de informes y el análisis predictivo. 

Arrow

Tel.: 91 761 21 51

Ingram Micro incorpora a su *portfolio* la solución Arexdata Data Security Protection

Ingram Micro ha firmado un acuerdo con Arexdata mediante el cual distribuirá a nivel europeo su solución avanzada Arexdata Data Security Protection. Gracias a esta alianza, Arexdata mejorará su capacidad para ofertar su solución a todo tipo de organizaciones empresariales e institucionales en Europa.

Pedro Tortosa, *founder* de Arexdata, valora muy positivamente este acuerdo, "Ingram Micro es para nosotros el socio de distribución ideal debido a su alcance a multitud de posibles distribuidores. Aporta una gran experiencia, recursos de ventas y gestión de productos, así como un importante apoyo logístico integral. Para Arexdata el canal es fundamental en nuestra estrategia de negocio en Europa y nuestra asociación con Ingram Micro nos posiciona en el ca-



mino correcto para crecer de la mano del mejor socio". Arexdata Data Security Platform permite obtener una vi-

sión 360° de los documentos existentes y de los datos sensibles que contienen, ofreciendo información sobre dónde residen, qué acciones se realizan contra ellos y por quién. La solución de Arexdata engloba en una sola interfaz la información de múltiples fuentes, como cabinas de discos, *file servers*, *active directory*, Office365, Google Suite y puestos de trabajo. Permitiendo, de este modo, observar, desde un solo punto, la información la

actividad y permisos de los datos. 

Ingram Micro

Tel.: 902 506 210

"Hoy por hoy HPE GreenLake, por prestaciones, funcionalidad y coste, no tiene competencia"

Es la joya de la corona de la estrategia de HPE. Tras más de tres años de recorrido HPE GreenLake, la plataforma sobre la que reposa el desarrollo de su modelo como servicio, ya cuenta con 1.200 clientes que hacen uso de ella, varios de ellos en España. José María de la Torre, presidente y consejero delegado de España, y *managing director* del sur de Europa en Hewlett Packard Enterprise, se mostró satisfecho del ritmo al que va su adopción en nuestro país. "Ya contamos con clientes en el IBEX y algunas compañías con un tamaño más mediano", desveló. La velocidad de adopción de esta plataforma va unida al desarrollo de los proyectos de transformación digital. "A medida que éstos se aceleren crecerá la adopción de la plataforma de HPE".

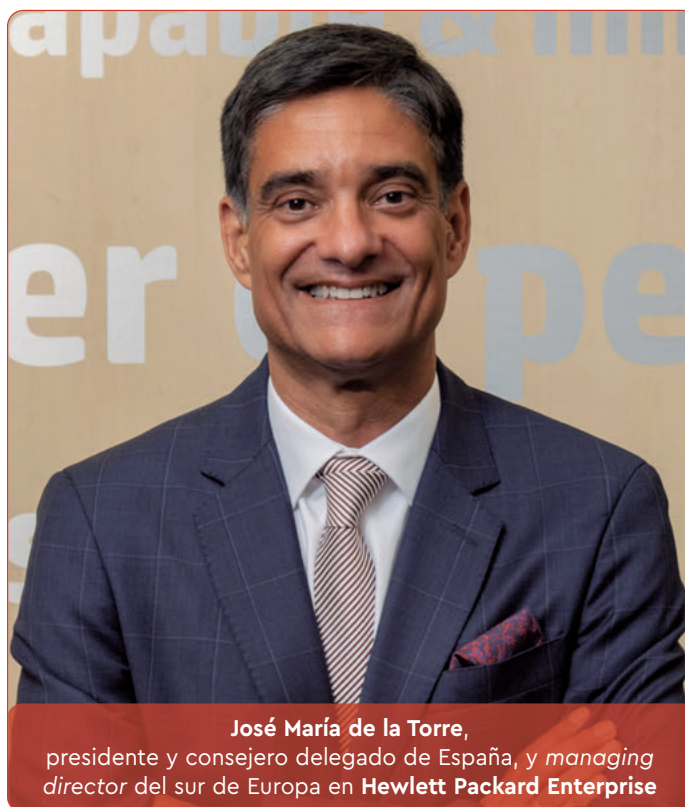


HPE GreenLake se presenta como una plataforma que posibilita a las empresas disfrutar de todas las ventajas de la nube, en un entorno privado y para cualquier carga de trabajo, pagando solo por lo que se usa. De la Torre asegura que, en la actualidad, "por prestaciones, funcionalidad y coste, no tiene competencia". Las fórmulas "como servicio" señalan, con un ascenso previsto del 45 % en el mercado, el apartado con mayor rentabilidad. En la actualidad entre el 10 y el 15 % de la facturación de la multinacional a nivel mundial se genera bajo este modelo. De la Torre recordó que, tal y como anunció, en este 2022 toda su oferta podrá ser consumida como un servicio. "Estamos muy satisfechos de cómo va su adopción", insistió. En la comercialización y desarrollo de la plataforma participan todo tipo de empresas. También el canal de distribución más tradicional que está desarrollando fórmulas para simplificar el acceso a los clientes. "2022 será el año de la gran explosión de HPE GreenLake en los canales tradicionales", aventuró.

Nexo entre el edge, la nube y el dato

El tridente que conforman el edge, la nube y el dato señalan las tendencias que marcan el desarrollo del mercado. HPE, señaló de la Torre, se convierte en el nexo que las unifica. "Somos el fabricante que, en un modelo como servicio, cuenta con una oferta completa desde el extremo hasta la nube".

En el edge, que calificó como "la nueva frontera", se genera en la actualidad el 50 % de los datos. "Aquellas compañías que no integren el extremo en su estrategia de negocio estarán fuera de una de las tendencias esenciales". Recordó el entorno *multicloud*, al que están abonadas el 92 % de las empresas; e insistió en el valor del dato. "Tras el *cloud first*, vino el *cloud everywhere* y ahora es *data first*. El dato se ha convertido en



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

el centro de la estrategia de las compañías. Se exige un análisis inmediato, en tiempo real, teniendo en cuenta que ya no solo está alojado en los centros de datos; también en el extremo".

Apuesta por España

La compañía, que ya suma seis años escindida de HP, cumple también 5 décadas en España. De la Torre insistió en la apuesta de la multinacional por España. "Es un destino de inversión para HPE". Una afirmación que sustentó en los diferentes centros que la compañía tiene ubicados en España: el de gestión de clientes de Barcelona, que ofrece soporte para EMEA, el centrado en la modernización de las aplicaciones o el que da soporte a los operadores de telecomunicaciones.

Recién concluido su último año fiscal el pasado mes de octubre, de la Torre, sin desvelar ningún dato concreto, aseguró que los

resultados locales "no han restado los cosechados por la corporación".

HPE CDS Tech Challenge

La compañía ha anunciado la puesta en marcha de una iniciativa, HPE CDS Tech Challenge, que pretende identificar y desarrollar talento entre los jóvenes de universidades y centros de formación profesional de toda España.

Se trata de un programa, con actividades y retos tecnológicos, orientados al desarrollo del software, la algoritmia y la lógica, que deberán resolver los 243 participantes que se han apuntado (repartidos en 54 equipos).

HPE CDS Tech Challenge arrancó el pasado mes de noviembre y finalizará, bajo un formato de *hackathon*, el fin de semana del 23 y 24 de abril en Madrid.

De la Torre defendió que es una actividad que señala el compromiso de la multinacional por el desarrollo del talento STEM en España. 

HPE

Tel.: 900 822 546

Grandes avances en la agenda España Digital 2025

Una agenda digital aprobada en julio de 2020 que ha contado con la

participación de más de 15 ministerios y organismos públicos y más de 25 agentes económicos y sociales para su elaboración y con la que se pretende impulsar la transformación digital de nuestro país. Nadia Calviño comenzó su intervención resaltando la aprobación de siete planes en el último trimestre de 2020 y el primero de 2021. Y el lanzamiento o aprobación todos los meses de este año de algún plan relacionado con esta agenda digital.

Las primeras licitaciones asociadas a los proyectos de digitalización de la administración vieron la luz a principios de 2021. Y en verano se pusieron en marcha los primeros proyectos de ayudas en conectividad, IA y emprendimiento, intensificándose la actividad durante el último trimestre con un mayor número de programas de ayudas, la asignación de los fondos para las comunidades autónomas para la conectividad y competencias digitales. También se han impulsado proyectos normativos de gran calado, afirmó la ministra.

Ejecución

En términos de ejecución del Plan de Recuperación en su conjunto, avanzó que el 73 % del presupuesto para 2021 está autorizado y casi el 60 % comprometido, con un total de 10.400 millones de euros adjudicados. Por ello, enfatizó en la idea de que están "llegando a la velocidad de crucero en las inversiones y reformas del Plan de Recuperación", algo en lo que considera que han sido claves los presupuestos para 2021 y 2022.

En la celebración del primer "Spain Digital Day 2021", en Madrid, la vicepresidenta primera y ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Nadia Calviño, dio a conocer los avances llevados a cabo en la agenda España Digital 2025.



Nadia Calviño, vicepresidenta primera y ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital

Entre las inversiones mencionó que han agrupado las distintas licitaciones en algunos programas emblemáticos. En el ámbito de la conectividad y el 5G el Programa Único, que supone la universalización de estructuras digitales para la conexión. Un programa que, tal y como recordó, "va a vertebrar todo el lanzamiento de la banda ancha y el 5G de los programas relacionados con conectividad".

En ciberseguridad mencionó que INCIBE ha liderado las acciones y el despliegue de las convocatorias, al tiempo que adelantó que en breve se lanzará el Programa INCIBE Emprende. En cuanto al 5G destacó la concesión de las primeras ayudas y el lanzamiento de la convocatoria para las ayudas de los proyectos de I+D+i en tecnologías de 5G avanzado y 6G. Así como el diseño del Programa Único 5G redes para desplegar el 5G en las zonas rurales sin cobertura de 4G actualmente. En el ámbito de la digitalización de la Administración General del Estado explicó que se está avanzando en el desarrollo de aplicaciones para los

principales servicios, el despliegue del puesto de trabajo inteligente o la digitalización del SEPE, la digitalización del Sistema Nacional de Salud y la digitalización de la Justicia.

En cuanto a la digitalización de la pyme comentó que se ha producido el lanzamiento del programa gestionado por ENISA para el emprendimiento digital femenino, el fondo Next Step, gestionado por el ICO para escalar *startups* en tecnologías disruptivas. El siguiente lanzamiento ha sido el programa de Kit Digital.

En competencias digitales Calviño resaltó el avance en competencias digitales universitarias, los convenios de colaboración de Red.es y la transferencia de recursos a las comunidades autónomas para las competencias digitales de los colectivos más vulnerables.

Dentro de la Estrategia Nacional de IA ya cuentan con el Programa de I+D en IA, el Programa de Ayudas para la incorporación de la IA en sectores industriales, la Cátedra en IA... Mientras en el ámbito audiovisual se han apro-

bado ayudas para la internacionalización de la industria y se está trabajando en fomentar el papel de nuestro país como destino de rodajes.

Y todo ello sin olvidar las transferencias a las comunidades autónomas, con 500 millones de euros asignados para conectividad, competencias digitales y la digitalización de la Administración. En este último ámbito se ha aprobado la convocatoria para la digitalización de las comunidades autónomas con 578 millones de euros entre 2021 y 2023.

Calviño también remarcó el avance en el segundo dividendo digital, en el ámbito regulatorio para la digitalización de la Administración, al tiempo que se está trabajando en la modernización del modelo de gobernanza de las tecnologías de la información y las comunicaciones dentro de la Administración General del Estado. También destacó el Proyecto de Ley General de Telecomunicaciones, aprobando recientemente la ley "crea y crece" para impulsar el emprendimiento y el crecimiento de las pymes y el Proyecto de Ley de Comunicación Audiovisual para su adopción a la nueva realidad de las plataformas digitales y las nuevas tecnologías, impulsando el papel de España como *hub* audiovisual a nivel europeo y global. Todo ello junto a la Carta de Derechos Digitales, creada para que España se sitúe como uno de los países a la vanguardia para que los desarrollos que se lleven a cabo respeten los derechos en el ámbito digital. 

España Digital 2025

<https://www.mineco.gob.es/portal/site/mineco/ministerio>

IBM quiere duplicar el negocio que hace con su ecosistema en los próximos cuatro años



Fernando Suárez,
partner ecosystem sales leader de IBM en España, Portugal, Grecia e Israel

Foco decidido en el desarrollo de la nube híbrida y de la inteligencia artificial. Así se define el máximo reto de la "nueva" IBM, separada ya la unidad de servicios de gestión de infraestructuras TI, que ha dado forma a Kyndryl. Con ello el gigante azul gana en "masa" tecnológica y mantiene, intacta, su capacidad de liderazgo. El ecosistema de *partners* es esencial en esta nueva etapa. Fernando Suárez, *partner ecosystem sales leader* de España, Portugal, Grecia e Israel de IBM, reivindica el papel crítico que tiene en los retos de crecimiento para los próximos años.

Marilés de Pedro

"El ecosistema es la pieza que permitirá que IBM siga creciendo para mantener su liderazgo en el mercado de la inteligencia artificial y la nube híbrida"

En octubre de 2020 se anunciaba la disgregación de IBM en dos compañías. El objetivo era aprovechar la oportunidad de negocio de la nube híbrida, con soporte fundamental en las capacidades de inteligencia artificial. Se producía, por tanto, un cambio en la dinámica con el canal. Más de un año después, ¿cómo ha sido la acogida del canal y qué mensaje se le ha trasladado desde IBM?

Aunque fue en 2020 cuando se anunció la separación de nuestra unidad de gestión de servicios de infraestructura, que hoy ya conocemos como Kyndryl, realmente fue un poco antes cuando empieza un proceso de transformación, con el

nombramiento de nuestro actual CEO, Arvind Krishna, y su objetivo de convertir a IBM en la compañía líder en el mercado de la nube híbrida y de la inteligencia artificial. Un reto que contaba con el importante hito anterior que fue la compra de Red Hat, en un momento en el que ya estaba él en el consejo de administración de IBM.

Desde el punto de vista del ecosistema, la acogida ha sido magnífica. Hemos sido capaces de volver a nuestros orígenes como una compañía más centrada en la tecnología, siendo el ecosistema el motor de este cambio. Es la pieza que va a hacer que IBM siga creciendo para mantener su liderazgo en el mercado de la inteligencia artificial y la nube híbrida. IBM es una compañía mu-

cho más tecnológica, con muchísimo foco en las habilidades que tenemos que desarrollar, tanto las internas como las que debe tener nuestro ecosistema; que es la pieza fundamental para llegar a muchos más clientes y la encargada de desarrollar los proyectos.

Hay un objetivo de duplicar el negocio que hacemos con el ecosistema en los próximos cuatro años. Un reto que en nuestra región, posiblemente, podamos llevar a cabo antes de esa fecha. Por último, ha sido esencial el cambio en nuestra aproximación al mercado. En enero de 2021 llevamos a cabo una reformulación de la misma con el objetivo de que el ecosistema adquiriera este rol crítico.

¿En qué consistió esta nueva manera de aproximarse al mercado?

El cambio más importante fue reducir el número de *account managers* que ahora cuenta con un mayor foco en la venta de tecnología y que hemos incorporado a nuestro ecosistema como parte del equipo para llevar a cabo una aproximación conjunta al mercado. Estamos facilitando que nuestra propia fuerza comercial se "apalanque" con nuestro ecosistema para acercarse a los clientes. Una estrategia que está dando grandes resultados gracias a la enorme capilaridad que alcanzamos con el ecosistema.

IBM ha anunciado una enorme inversión en su ecosistema, más de 1.000 millones de dólares a nivel global, ¿hacia dónde se va a dirigir esta inversión y qué se va a concretar en España?

En España se está traduciendo en tres ámbitos. En primer lugar, en el equipo: hemos multiplicado por dos la fuerza de venta dedicada al ecosistema, lo que incluye roles comerciales y técnicos, con un incremento en los recursos especialistas dentro del ecosistema. Son muy importantes las habilidades y los conocimientos. En el ámbito técnico hemos incorporado dos nuevos roles: arquitectos, dedicados a nuestro ecosistema para ayudar a nuestros *partners* en la elaboración de soluciones, en su formación, etc.; que están apoyados en nuestro equipo de preventa. Y además un nuevo equipo que desde principios del pasado año se encarga de apoyar a nuestro ecosistema en la labor de cocreación de soluciones. IBM es una compañía innovadora, con un portafolio muy amplio; pero es clave la colaboración con todas aquellas empresas expertas también en la tecnología, con un conocimiento de un vertical determinado o de un área concreta, para proporcionar soluciones al mercado. Otra parte importante va destinada a los Cloud Engagement Fund (CEF); unos fondos que concedemos para que pueden desplegar sus proyectos, bien sea alrededor de nuestra nube pública o de nuestra oferta (Cloud Paks), con la base de Openshift. Se trata de inversiones reales en cada proyecto. Por último, hemos incrementado la inversión en el área del marketing. Necesitamos generar

oportunidades ya que el ecosistema lo necesita. Hemos incrementado los fondos de marketing en más de un 110 %, sobre todo en el área del software. Contamos también con unos programas en los que una vez que los *partners* van ganando capacidades técnicas e incrementando sus ventas, lo que se traduce en competencias, disponen de una mayor inversión en el área del marketing. IBM está financiando campañas de marketing para que puedan generar oportunidades.

Todo este cambio estratégico se une a la "dinámica" en la que IBM llevaba insistiendo desde hace mucho tiempo a su canal, ahora ecosistema, para que desde su foco prioritario en la infraestructura y sin perder peso en el desarrollo del área Power o del almacenamiento, fuera ganando presencia el área cloud. Ahora, además, se ha anunciado la apertura de la región cloud en España. ¿Es, por tanto, la marcha definitiva que se debía imprimir al canal para que se subiera a este entorno?

“Hemos multiplicado por dos la fuerza de venta dedicada al ecosistema, lo que incluye roles comerciales y técnicos, con un incremento en los recursos especialistas dentro del ecosistema”

Desde el punto de vista del ecosistema la región *cloud* ya es una realidad y ya tenemos compañías con las que estamos trabajando en este espacio. Para el ecosistema es una oportunidad enorme ya que les facilita alojar localmente los datos, clave para ciertos sectores; además de la mejora desde el punto de vista tecnológico ya que ofrece una serie de alternativas muy importante que representan un valor añadido para el ecosistema. Adicionalmente, hemos simplificado nuestro modelo de incentivos para la comercialización de las soluciones *cloud* con nuestro ecosistema.

IBM cerró año fiscal el pasado 31 de diciembre. En la medida de lo posible, ¿qué balance se puede hacer del negocio desarrollado por el canal?

El balance es muy positivo. El negocio, desde el punto de vista del ecosistema, ha ido muy bien, lo que es reflejo de este cambio de estrategia. No solo es clave que los resultados para IBM sean positivos, sino también que el ecosistema tenga un balance similar, ya que permite alimentar la maquinaria.

El área Systems sigue siendo clave para IBM. El portafolio de Systems de IBM se reparte entre su longeva gama de *mainframe*, Power y las soluciones de almacenamiento y *backup*. Un área en la que el canal es clave ya que los 484 socios con los que cuenta IBM ya generan el 90 % de las ventas de hardware. ¿Cómo valoraría el trabajo del canal en este segmento? ¿De qué manera se reivindica esta área?

Es una parte fundamental del negocio con unos resultados muy positivos en todas las áreas. La estrategia de nube híbrida y de inteligencia artificial exige una convivencia de los entornos (públicos, privados y *multicloud*); y la infraestructura es crítica. El papel que juega nuestro ecosistema en este área es fundamental; un apartado que sigue siendo el más importante dentro del ecosistema.

Para el desarrollo del cloud y del área del software IBM contaba en 2020 con diferentes ofertas, tanto en formato *onpremise* como SaaS, para ayudar al ecosistema a comercializar este apartado. ¿Cómo se organiza ahora esta oferta?

Los modelos de consumo de los productos ubicados en cada una de las unidades de negocio van evolucionando, con una oferta que puede ser consumida en un formato SaaS o bajo un modelo de licenciamiento. En este 2021, hemos simplificado nuestra oferta, muy amplia, agrupándola en torno a 7 áreas: inteligencia artificial, *business automation*, entornos de operación, *data resilience*, Red Hat, *data fabric* y *zero trust*. Trabajamos con los *partners* en cada una de estas áreas, que es donde observamos mayores oportunidades y donde IBM cuenta con una diferenciación mayor en el mercado.

EN PRIMERA PERSONA

Comentaba lo importante que es fomentar la cocreación de soluciones de negocio con los partners. ¿En qué mercados se muestran más activos?

En este último año hemos transformado también a nuestro propio equipo.

Al hablar de ecosistema apelamos al cambio de los distintos roles que tienen las empresas que forman parte de él y a las relaciones, distintas, que se establecen entre todas ellas. La cadena se está transformando, está evolucionando. Las empresas que forman parte de nuestro ecosistema pueden desarrollar roles diferentes y tratamos de sacar el máximo valor de cada uno de estos actores para dar la mejor solución al cliente final.

Hemos realizado más de 150 *engagement* técnicos este año con diferentes compañías. Por ejemplo, estamos ayudando, a través de la aplicación de la inteligencia artificial, a compañías con foco en el sector de las renovables para ayudarlas en sus procesos de negocio y en su interrelación con sus clientes. También estamos apoyando a los ISV, por ejemplo, a transformar sus aplicativos para ser más ágiles y aprovechar las nuevas tecnologías; o a empresas que desarrollan su negocio en el sector público. Estamos trabajando con muchos tipos de compañías, por ejemplo, en el sector de los juegos, para que, apoyándose en nuestra oferta de nube pública, ayudarles a ser más innovadores.

En 2020 IBM fue capaz de engrosar su ecosistema con 50 nuevos partners. ¿Y el pasado año? ¿Se ha seguido incrementando el ecosistema? ¿Sigue siendo un objetivo seguir sumando partners?

Seguimos creciendo y, de hecho, tenemos figuras dentro del equipo del ecosistema que se dedican a reclutar a *partners* con los cuales no hemos trabajado nunca y, ahora, con esta nueva estrategia, va a ser posible. Este rol empezó a

principios de 2021 y seguirá siendo así en este 2022, buscando socios de negocio para trabajar de manera conjunta. No se trata de contar con un ecosistema masivo sino de seleccionar aquellas compañías con las que queremos trabajar.



“Los mayoristas son figuras críticas con más peso cada vez en el negocio”

¿Qué papel juega el mayorista en esta nueva estrategia?

Juega un papel crítico. Quiero romper una lanza a favor de los mayoristas porque muchas veces juegan un papel en la sombra, con un rol que no es visible. Para IBM su rol es fundamental: por la capilaridad que nos ofrecen y por su capacidad de reclutamiento. Son claves también sus habilidades tecnológicas y su soporte operacional y financiero. Es una figura crítica con cada vez más peso en el negocio. El mayorista también se ha transformado, convirtiéndose en una parte de este ecosistema.

El área de la seguridad es clave. ¿De qué manera participa el canal en este apartado?

Desde el punto de vista del ecosistema, la seguridad es una de las áreas más fuertes dentro de nuestra unidad de software, por su nivel de especialización. Hay *partners*, muy de nicho, con un enorme conocimiento, y que conocen la tecnología de IBM. Además del conoci-

miento técnico la tecnología de seguridad de IBM permite externalizar la seguridad, lo que abre una enorme oportunidad a las compañías con un perfil de MSP.

La financiación es muy importante para el canal. En 2020 IBM puso especial énfasis en estar cerca de los socios y ayudarles en esta área crítica. ¿Y en 2021?

Nuestra unidad de financiación es una de las palancas para acompañar a nuestros *partners*. Seguimos haciendo ofertas muy atractivas para toda la cadena: para el cliente final porque le facilita adquirir la tecnología con una fórmula muy sencilla; y también para nuestro ecosistema, tanto para el *partner* como para el mayorista.

Nuestro negocio está en una dinámica muy positiva y, evidentemente, el negocio de financiación también sigue la misma

dinámica. Es uno de los activos que nos diferencia en el mercado.

Y de cara a este 2022, ¿qué va a marcar el trabajo con el canal y qué se va a incentivar más?

Ahora mismo estamos en un momento muy dulce, con una velocidad de crucero. Hemos vivido una transformación y estamos recogiendo los frutos. Queremos mantener esta inercia de negocio. Junto a la buena situación que vive el mercado TI, existe además una gran oportunidad con los fondos de recuperación europeos. Hay muchísimas oportunidades para seguir creciendo. Nuestro objetivo es crecer, crecer y crecer. Para ello nos apoyaremos en las 3 “pes”: productos, personas y programas. Nuestra oferta, nuestra gran fuerza comercial, con un foco esencial en el ecosistema; y todo ello arrojado en los programas, para ser flexibles y asegurar que nuestro ecosistema genere negocio. 

IBM

Tel.: 91 397 66 11

¿Nos sigues
en
LinkedIn?



No te pierdas
todo lo que
sucede en
el canal de
distribución

Fabricantes y mayoristas hacen sus previsiones para este año

¿Qué nos deparará 2022?

Tras un año 2021, que no ha estado exento de dificultades sobre todo en el segundo semestre por la escasez de componentes y los problemas logísticos, los principales actores del sector TIC avanzan su visión sobre 2022 respondiendo a estas dos cuestiones:

- 1 - ¿Qué papel tendrá el sector TIC en 2022 para contribuir a la recuperación económica y aprovechar de manera eficiente los fondos NextGenerationEU para la transformación digital?**
- 2 - En el caso particular de su compañía, ¿qué estrategia seguirá y en qué áreas de negocio se focalizarán?**

Olga Romero

Rosa Martín

CANON



José Manuel Echánove
marketing country director de
Canon en España y Portugal

1 - La transformación digital es un motor para impulsar la competitividad de las empresas de nuestro país. Para avanzar en esta digitalización, el sector TIC es fundamental, por todos los beneficios que pueden proporcionar a las compañías las nuevas tecnologías existentes en el mercado. Los fondos NextGeneration de la Unión Europea suponen una excelente noticia para todas aquellas compañías que están emprendiendo este viaje digital, incluso para aquellas que todavía no lo han hecho. Y es que estas ayudas supondrán para muchas, sobre todo para las medianas y pequeñas empresas, un salto muy importante en sus proyectos digitales. Desde Canon, estamos ayudando a muchas organizaciones a avanzar en esta transformación, que estamos seguros de que contribuirá mucho a la recuperación económica del país.

2 - En Canon estamos ayudando a las empresas a acelerar la digitalización de sus entornos laborales, impulsando nuevos espacios de trabajo híbrido. La pandemia aceleró una nueva forma de trabajar, que ha provocado un aumento importante de la inversión en procesos digitales vinculados tanto a la impresión como a la gestión de la información. Esta inversión seguramente se vea acelerada en 2022 gracias a los fondos. Como líderes en tecnología de imagen, hemos podido comprobar, gracias a la escucha activa y al acompañamiento continuo con nuestros clientes, que la impresión se realiza, cada vez más, de una manera inteligente e integrada con los procesos de gestión de la información mediante soluciones en la nube. Esto significa que las empresas siguen imprimiendo, pero de una forma más eficiente y eficaz, dentro de un entorno de trabajo colaborativo.

CHECK POINT SOFTWARE



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

1 - Está claro que estos fondos y la inversión en el sector TIC español supondrán un importante impulso para muchas empresas. Los pequeños negocios han sufrido tremendamente con la situación provocada por la covid-19 y estas ayudas económicas serán claves para la recuperación de muchos de ellos. Es evidente que esto influirá para que el sector TIC, y todas las

startups y negocios que forman parte de él, experimenten un gran empuje con la llegada de los fondos NextGenerationEU.

2 - Nos queremos focalizar en potenciar y mejorar todos los software de protección con los que contamos, ya que la ciberseguridad tiene que mantenerse en una evolución constante e ininterrumpida, al igual que lo están los ciberataques. En especial, por ejemplo, queremos mejorar aquellas áreas dirigidas a la defensa del entorno y los dispositivos IoT. Hay que tener en cuenta que este mundo está creciendo a pasos agigantados y son muchas las firmas que están instalándolos en su día a día, en sus gestiones y operaciones y cada uno de ellos puede ser una puerta de entrada para un ciberdelincuente. Por otro lado, el *ransomware* es uno de los mayores peligros para las empresas. Por ello, también queremos centrarnos en potenciar todos aquellos productos dirigidos a proteger a las compañías de este tipo de *malware*.

CISCO



Andreu Vilamitjana
director general de
Cisco España

1 - El sector TIC ha tenido y tendrá un papel fundamental para lograr una verdadera recuperación económica digital, sostenible y social. En Cisco creemos que los fondos europeos deben destinarse a reformas estructurales que faciliten un cambio de modelo productivo basado en las nuevas tecnologías, incluyendo la transición ecológica y un futuro inclusivo para todos. Y para ello se requiere un modelo colaborativo en el que participen las administraciones, los proveedores tecnológicos, las asociaciones empresariales, la industria y el ecosistema de *partners*. Los PERTES y los manifiestos de interés constituyen instrumentos muy válidos para optimizar la inversión en tecnología de los fondos NextGenerationEU.

En el caso de Cisco, los pilares de nuestro programa de aceleración digital para España —denominado Digitaliza y extendido hasta 2024— coinciden con los objetivos del Plan “España Puede” del Gobierno: sanidad digital, educación digital, Administración Pública digital, conectividad digital, ecología digital, pymes y trabajo híbrido.

2 - Los países, las empresas y las comunidades no sólo deben digitalizarse, sino crear una resiliencia digital para afrontar los grandes retos de hoy y del mañana: económicos, sociales, sanitarios, educativos y medioambientales. Nuestra estrategia consiste en ayudar a las organizaciones a conectar, proteger y automatizar sus entornos de TI para lograr esta resiliencia digital con mayor velocidad y menor complejidad. Para ello, ofrecemos —junto a nuestros *partners*— arquitecturas altamente seguras con automatización y visibilidad.

Durante 2022, empresas y administraciones seguirán teniendo cuatro prioridades: reinventar sus aplicaciones, protegerse, transformar su infraestructura y facilitar el trabajo híbrido. Esto implica invertir en seis áreas estratégicas: redes ágiles y seguras, experiencias de aplicaciones optimizadas, trabajo híbrido, conectividad/Internet del futuro, seguridad de extremo a extremo y capacidades en el extremo de la red. Estas áreas en las que se focaliza Cisco estarán marcadas por la evolución hacia modelos de consumo flexibles y capacidades tecnológicas como servicio.

COMMVAULT

1 - El sector TIC ha sido fundamental durante la pandemia. La digitalización ha avanzado en todos los sectores y, además, ha permitido que las organizaciones implantaran soluciones de colaboración y teletrabajo y pudieran continuar con su negocio pese a la situación de excepcionalidad. Ese papel transformador toma más relevancia en la recuperación. La digitalización es uno de los objetivos prioritarios de los fondos NextGenerationEU para aumentar la competitividad de las empresas de cara al futuro.

2 - En Commvault continuaremos escuchando a nuestros clientes y ofreciéndoles soluciones para hacer frente a los desafíos, tanto a los que se enfrentan en la actualidad como a los que surgirán en los próximos



Eulalia Flo
directora general de
Commvault en España y
Portugal

años. Hoy en día, existe una brecha entre lo que necesitan los negocios para prosperar, acelerar y competir, y lo que tienen en realidad. Los fondos NextGenerationEU suponen una oportunidad para que las empresas puedan aprovechar la digitalización y reducir al máximo esa brecha de negocio para competir y crecer de forma segura, sin dilapidar recursos en infraestructura. Commvault está situada en la mejor posición para ayudar a las empresas en su viaje de transformación digital con soluciones de gestión y protección de datos para todo tipo de cargas de trabajo y en cualquier entorno, ya sea de nube, local o híbrido.

D-LINK

1 - El sector TIC es y seguirá siendo uno de

los motores principales de la tan esperada recuperación, y más con la llegada de estos fondos que deberán ser el catalizador de la digitalización y la transformación digital de una gran parte de nuestro tejido empresarial, fundamentalmente de las pymes.

Creemos que el mayorista jugará un papel fundamental para la canalización de estos fondos, como elemento o punto de encuentro para cualquier *partner* que quiera acceder a ellos y necesite saber cómo validar sus proyectos y sacar el máximo partido a estas ayudas.

Esperamos que, a falta de mayor concreción y transparencia, se terminen de definir los procedimientos y requisitos finales, para que nuestro canal sea el verdadero motor de ejecución, y que los cauces de validación sean lo más sencillos posibles.

2 - En el caso de D-Link nuestro foco estará en la cercanía y la accesibilidad, con una estrategia basada 100 % en canal, como siempre lo hemos hecho, y con un peso importantísimo en nuestro programa de canal VIP+. A nivel tecnológico, seguiremos apostando por el *switching* global con soluciones que cubrirán las necesidades de cualquier empresa desde la micro pyme a la gran empresa. Dentro del *switching*, veremos un gran crecimiento en soluciones multigigabit y que acompañarán en muchos casos la creciente demanda de puntos de acceso *wifi 6* de última generación.



Antonio Navarro
director general de D-Link
en España y Portugal

En *wireless*, la gestión centralizada tanto Nuclias Connect como Nuclias Cloud conformarán el *core* de nuestro negocio inalámbrico destacando, como novedad importante, la incorporación de soluciones de *switching* dentro de los dispositivos gestionables en Nuclias Connect, lo que nos dará un salto de calidad y un tremendo potencial de negocio, tanto nuevo como basado en la gran base instalada de nuestros *switches*.

Otra área importante radicarán en nuestras soluciones de videovigilancia, tanto profesional con nuestra familia Vigilance, como doméstica gracias a nuestras soluciones *mydlink*; y todo lo relacionado con la movilidad tanto 4G como 5G.

Por último, en el mercado de consumo, destacaría la cada vez mayor presencia de soluciones de *wifi* Mesh, el asentamiento del *wifi 6* en el entorno doméstico y el lanzamiento de nuestra nueva familia EAGLE PRO AI con la que pretendemos romper la baraja de la conectividad digital en el hogar.

EPSON



Raúl Sanahuja
press & social media manager
de Epson Ibérica

1 - El sector TIC tiene en 2022 una gran oportunidad porque se erige en gran protagonista para hacer realidad esa transformación digital y sostenible. Por un lado, aportando la materialidad de la transición digital de sectores clave para la economía española y, por otro, aportando esos recursos tecnológicos de forma que se haga factible y efectiva la propia transformación sostenible. La colaboración público-privada va a resultar una vía de obligada recurrencia para que esa doble transformación recogida en el plan "España Puede" se dé en tiempo y forma. Las empresas ya hemos demostrado que estamos abiertas y dispuestas a colaborar para acelerar esos procesos y, en muchos aspectos, ya hemos demostrado durante la pandemia

cómo en áreas como la empresa, el *retail* o la educación se antoja complicada cualquier transformación sin la intervención del sector TIC. Hay mucha esperanza puesta, en la sociedad y en las empresas en particular, en los fondos NextGenerationEU que, esperamos, se usen de forma inteligente y con objetivos de transformación eficientes.

2 - En Epson la estrategia sigue siendo la de aportar soluciones digitales sostenibles. Hemos ayudado ya a transformar muchas empresas e instituciones de los sectores educativo, textil, pymes y salud, con la alternativa más sostenible, eficiente y productiva en cada caso, en las áreas de impresión, videoproyección o gestión documental. Vamos a seguir haciéndolo con el objetivo de permitir allanar el camino en procesos de economía circular (como en el textil con nuestras soluciones de impresión textil digital que reducen consumos de agua y electricidad; o en la gestión documental con el binomio entre impresión sostenible con tecnología sin calor y reciclaje y *upcycle* del papel residual con PaperLab, sin necesidad de agua en el proceso; e incluso en educación con soluciones óptimas para hacer posible el aprendizaje colaborativo en entornos híbridos). Asimismo, Epson ha formado parte de algunas de las manifestaciones de interés para la digitalización de sectores como el *retail* con objeto de hacer mucho más sencilla una transición necesaria hacia nuevos marcos normativos.

ESET



Carlos Gómez Martínez
responsable de canal
de ESET España

1 - El Ejecutivo ha situado como meta el año 2025 para cumplir con el plan España Digital 2025. Estos fondos, provenientes de la Unión Europea, serán un revulsivo brutal para la economía española. Se prevé que entre 2022 y 2023 recibamos una inyección económica de unos 150.000 millones de euros, de los que una gran cantidad irá destinada a proyectos de digitalización y ciberseguridad para todo tipo de actividad empresarial, grandes empresas, empresas medianas, pymes y para las Administraciones Públicas.

De esta forma nuestras empresas se verán actualizadas con la introducción de nuevas tecnologías *cloud* o de soluciones avanzadas de seguridad, entre otras. De esta manera, el sector TIC podrá dar ese paso hacia delante apostando por el desarrollo de proyectos innovadores.

2 - Desde ESET estamos desarrollando soluciones avanzadas para que nuestro canal las pueda implementar entre sus clientes. Como novedad, destacar la nueva capa de seguridad con la que se ha dotado a nuestra solución ESET Cloud Office Security para entornos 365. ESET Dynamic Threat Defense, que es el nombre comercial, está desarrollado para la detección de ataques dirigidos analizando cualquier amenaza desconocida. En caso de reconocerla como *malware* en cuestión de segundos protege el resto del parque.

Otra línea de trabajo, que vamos a iniciar este año, es el modelo de licenciamiento ISP. Queremos dotar a nuestro canal de un valor diferencial a sus servicios y que de esta forma el usuario final pueda acceder a las últimas tecnologías de protección para cualquier dispositivo que puedan utilizar en casa. Cabe recordar que nuestras herramientas de seguridad cuentan con múltiples capas de protección, así como un potente cifrado, protección de banca y pagos, y control parental, entre otras características.

EXCLUSIVE NETWORKS

1 - La inversión en nuevas tecnologías ha pasado a ser estratégica para cualquier compañía en los dos últimos años debido, sobre todo, a la llegada del teletrabajo y de los modelos híbridos. Sin duda, los fondos NextGenerationEU contribuirán a la consolidación de este escenario. Desde Exclusive Networks cumplimos un papel evangelizador en este aspecto y podemos ayudar tanto a nuestros *partners* como a clientes finales a racionalizar las inversiones e impulsar la transformación digital de las compañías, minimizando riesgos y asegurando el retorno de las inversiones.



Carmen Muñoz
directora general de
Exclusive Networks
en España y Portugal

2 - Desde Exclusive Networks seguiremos dando apoyo a nuestros socios de canal, dotándolos de las herramientas y soluciones idóneas para acompañar a los clientes en el camino de la transformación digital; apostando fuertemente por nuestra plataforma XOD, Exclusive On Demand, como herramienta para adaptar las soluciones de nuestros proveedores hacia un modelo de suscripción. La migración de los aplicativos al *cloud* se está convirtiendo en algo totalmente imprescindible para las empresas en nuestro país, y dotar a los clientes de las soluciones de seguridad necesarias para estos nuevos entornos es primordial. De este modo, nuestra estrategia de ciberseguridad se basa en los tres pilares claves, como son las soluciones para entornos de SOC, nuestro *portfolio* diferencial de soluciones SASE y el desarrollo de los modelos MSP de nuestros proveedores para facilitar a las pymes la adopción de las mejores soluciones de ciberseguridad.

FORTINET



Acacio Martín
director regional de Fortinet
para España y Portugal

1 - Si algo hemos aprendido de estos años de pandemia es que la tecnológica ha demostrado ser vital tanto para desarrollar vacunas en tiempo récord como para permitir a la mayoría de las empresas continuar con su actividad gracias al teletrabajo, que ha sido posible a gran escala gracias a la tecnología disponible hoy en día. Y no olvidemos que esta misma tecnología ha hecho posible que nuestros hijos continuaran sus estudios de forma remota en los momentos más complicados de esta crisis sanitaria. La ciberseguridad ha tenido un papel clave a la hora de facilitar que el teletrabajo, la educación *online*, etc. se desarrollara con normalidad y seguridad.

Bajo el prisma de las lecciones aprendidas, y aprovechando la llegada de los fondos NextGenerationEU, es el momento de dar un gran impulso a la transformación digital de nuestras empresas para hacerlas más competitivas y resilientes. En el ámbito de la ciberseguridad esta-

mos convencidos de que estos fondos serán claves para que muchas organizaciones lleguen más lejos en su proceso de transformación digital segura. Desde las TIC debemos seguir proporcionando más y mejores ventajas competitivas a los negocios y hacerles comprender que es vital tener en cuenta la ciberseguridad desde el principio de cualquier proceso de transformación digital.

2 - Gracias a nuestra estrategia Security Fabric podemos ayudar a empresas de cualquier tamaño, desde las más pequeñas hasta las grandes corporaciones y empresas de servicios. Pero, además, podemos ofrecer estas soluciones tanto con dispositivos hardware como con soluciones software y para todos los tipos de servicios disponibles en la nube. En Fortinet seguiremos dando respuesta a las necesidades de teletrabajo donde disponemos de herramientas específicas, así como la protección de los entornos operacionales (OT) para los que contamos con la solución de ciberseguridad más completa del mercado. Por lo tanto, más que focalizarnos en un área de negocio concreta, nos focalizaremos en ayudar a todos nuestros clientes en sus procesos de transformación digital independientemente de su tamaño o vertical.

FUJITSU

1 - Tenemos una gran oportunidad con los fondos europeos que nos han asignado. Disponemos de solvencia económica para la recuperación y una de las líneas estratégicas a tratar es la digitalización de las empresas, a la cual se va a destinar un 33 % del total. No podemos desaprovecharlos y debemos aprender de algunos errores del pasado. Hay que desarrollar una visión holística de los problemas a resolver y, por tanto, buscar las soluciones más perfectas que mejoren nuestras competencias digitales. No mejoraremos la educación simplemente dotando de portátiles a los colegios. Y en el caso de las pymes, debemos impulsar su acceso a la innovación para que ganen tamaño. La tecnología es uno de esos elementos que van a ayudar a reimaginar el futuro del tejido empresarial de nuestro país, pero es fundamental que tengamos una visión amplia de todas las palancas que debemos accionar para atacar esta digitalización. Hay que abordar la ciberseguridad e impulsar las estrategias *cloud* —ni siquiera un 30 % de nuestras empresas están en la nube—. Los datos son clave, no pueden estar dispersos, desordenados, porque entonces no sirven para tomar buenas decisiones. En definitiva, evolucionar hacia un negocio digital pleno. Y cambiar los modelos empresariales hacia nuevos ecosistemas. Hay que tener una capacidad de ejecución ágil de estos fondos, ya que el desconocimiento sobre su uso sería un gran riesgo para España en estos momentos de grandes cambios.

2 - Estamos ya trabajando en todos los sectores y en todas las compañías independientemente de su tamaño porque todos son estratégicos para nosotros y para la sociedad en su conjunto. Impulsaremos junto a nuestros socios las 8 grandes tendencias de la transformación digital llevándolas a lo cotidiano. Me refiero a grandes proyectos donde la hiperconectividad, la supercomputación y la computación cuántica, la ubicuidad, IA, *cloud*, ciberseguridad y el cambio persona-máquina que

es una realidad más cercana de lo que nos pensamos y cómo no, bajo el poder de los datos, ya que son un enorme activo y la clave de muchos de los cambios. Así, aunque el entorno financiero y la Administración Pública ocupan un papel importante en nuestro desarrollo como compañía, también me gustaría decir que impulsamos grandes proyectos en diferentes sectores donde la innovación es la pieza clave porque la tecnología está ahí para transformarlo todo y, por ello, creemos en la necesidad de la colaboración público-privada como un gran activo para nuestro país.

Pensamos en desarrollar nuestro negocio alrededor de la nueva revolución digital e indudablemente está unida a los procesos de transformación interna y externa. El futuro de España está en nuestras manos ahora más que nunca y debemos trabajar en reimaginar los negocios y la sociedad. Un punto importante y donde vamos a poner nuestro principal foco en 2022 es en Fujitsu Ulvance. Un término que proviene de la unión de dos conceptos: Universal y Advance y que expresa el compromiso de Fujitsu con una sociedad 5.0, resiliente, sostenible y centrada en las personas. Expresa ese compromiso de cómo la tecnología está aquí para hacer nuestra vida mejor. Para ello, hay una serie de prioridades en las cuales Fujitsu está poniendo el foco de su I+D: “*Healthy living*”, “*Sustainable Manufacturing*”, “*Trusted Society*” y la experiencia del consumidor en general.



Ángeles Delgado
presidenta de Fujitsu España

HP



Helena Herrero
presidenta de la región sur
de Europa de HP

1 - El sector TIC continuará jugando un papel clave en la recuperación económica. Tal y como hemos podido ver durante estos casi dos años que llevamos de pandemia, la digitalización era y es la única manera de avanzar y, en muchos casos, de sobrevivir. La covid-19 ha acelerado en años la transformación digital de organizaciones de todos los sectores y también de las personas y, por tanto, eso tiene su reflejo en la sociedad. En los últimos meses resultan muy evidentes los cambios producidos en el comportamiento de las personas, que impactan en su forma de consumir, de relacionarse o de trabajar, y que han llegado para quedarse. Todo ello no hace sino evidenciar el poder de la tecnología para mejorar

el mundo y dar respuestas en momentos desafiantes como el actual. Las soluciones y los servicios tecnológicos, que potencien y faciliten el teletrabajo, la educación a distancia y que optimicen las infraestructuras de TI, continuarán siendo claves para 2022.

Este año la digitalización continuará constituyendo una oportunidad única para la mejora de la competitividad de la industria española en un mercado cada vez más global. De hecho, otras economías de nuestro entorno también han emprendido iniciativas para aprovecharla y, si no actuamos con celeridad, España corre el riesgo de quedarse rezagada en esta nueva revolución industrial. En consecuencia, es necesario abordar una profunda transformación de nuestra industria y el motor digital debe ser clave en este sentido. Una de las bases principales de estos fondos NextGenerationEU es la inversión en digitalización, clave para la transformación digital de la sociedad y de las empresas. Según IDC Research España, el gasto tecnológico para la transformación digital en España

alcanzará los 52.900 millones de euros en 2022, con un incremento del 1,7 % respecto a este año y un crecimiento sostenido del 2,2 % hasta 2024.

Para conseguir que esta transformación digital se lleve a cabo de forma correcta se deben tener en cuenta varios factores como son la inversión en I+D para impulsar la innovación industrial, la adopción de nuevas tecnologías por parte de las empresas, la formación y capacitación para el uso de estas tecnologías impulsando el talento y las habilidades STEM, aplicar estas innovaciones en todas las áreas de las compañías e impulsar modelos mixtos de eficiencia y colaboración.

Además, las empresas TIC tienen un papel fundamental en el desarrollo sostenible como economía, ya que las innovaciones tecnológicas son la herramienta clave para que se consigan los objetivos de sostenibilidad. En este ámbito, HP tiene un fuerte compromiso con la sostenibilidad impulsando iniciativas y acciones que consigan acercarnos al objetivo de en 2030 ser la empresa tecnológica más justa y sostenible del mundo.

Por ello, es tan importante aprovechar la gran oportunidad que suponen los fondos NextGenerationEU para España e incrementar la competitividad de las empresas españolas para ayudar a las pymes y emprendedores a unirse definitivamente a la tan necesaria transformación digital.

2 - Desde HP creemos que la innovación es la clave para seguir ofreciendo una tecnología que se ponga al servicio de las personas y satisfaga sus necesidades. Como hemos podido observar durante los últimos meses, el modelo en el que trabajamos y vivimos ha cambiado de una forma radical abriendo paso a un modelo híbrido de trabajo y a un mundo más digital y flexible. Estas nuevas condiciones demandan una oferta tecnológica que se adecúe a las mismas, por eso seguiremos evolucionando y ofreciendo nuevas soluciones y servicios con equipos informáticos con mayores opciones de conectividad y seguridad integrada; servicios por suscripción que permitan a las empresas contar con la tecnología más puntera despreocupándose de su gestión, tanto en el área de impresión como de sistemas personales; y la última tecnología de impresión 3D que ofrezca más y mejores opciones a todas las diferentes industrias.

HPE

1 - En los últimos dos años hemos visto cómo la tecnología ha jugado un papel fundamental para ayudarnos a salir de la crisis sanitaria y económica. Se ha demostrado cómo las inversiones en tecnología son buenas para la sociedad y el planeta, siendo un factor clave para la recuperación de la economía.

El modelo económico de España, para ser próspero, inclusivo y sostenible, ha de aprovechar al máximo todas las oportunidades que nos ofrecen la tecnología y la innovación. Para ello necesitamos reforzar las políticas públicas de investigación, desarrollo e innovación, y la inversión en digitalización, superando una inversión del Estado en I+D del 3 % del PIB, de acuerdo con el objetivo marcado por la Unión Europea.

Efectivamente, los fondos europeos de recuperación son un elemento clave para acelerar la transformación digital en España. Deben servir para incentivar las inversiones tecnológicas, atraer talento y generar más empleo de calidad. Por ello, debemos ser responsables en su uso. Tenemos que reflexionar juntos, Gobierno y expertos del sector, sobre el mejor uso que podemos hacer de ellos y aprovechar la oportunidad que nos brindan de avanzar hacia una sociedad más digital desde el origen.

En HPE creemos que un nuevo y mejor modelo económico y social debe basarse en el talento de las personas, en el empleo de calidad y en la innovación disruptiva tanto en la Administración Pública como en las organizaciones privadas. Tenemos un compromiso firme con la ética, la sostenibilidad, la inclusión y, en definitiva, con la mejora de la sociedad en la que vivimos.

2 - Tenemos muy buenas perspectivas de cara al año 2022 con un entorno de demanda muy fuerte impulsado por las tres principales megatendencias del mercado: *edge*, *cloud* & *data*. Cada una de estas tendencias representa un área significativa de crecimiento para HPE y estamos invirtiendo activamente en la innovación orgánica e inorgánica adecuada para asegurar que capitalizamos estas oportunidades.

En este entorno, el enfoque *edge-to-cloud* de HPE ayuda de forma única a los clientes a unir presente con futuro, unificando la prestación de servicios en todos sus entornos multigeneración para que puedan obtener más valor de sus datos. Tenemos la estrategia correcta *edge-to-cloud* alineada con las tendencias dominantes del mercado y con la arquitectura financiera correcta. Los motores que nos permitirán impulsar un crecimiento sostenible y rentable serán la integración del extremo, las comunicaciones 5G, la supercomputación, la inteligencia artificial, la gestión del ciclo del dato, así como nuestra propuesta cada vez más extensa y completa del consumo de tecnología como servicio, apoyada en talento local.

Nuestro objetivo con la plataforma HPE GreenLake es convertirnos en la compañía global de *edge-to-cloud*. HPE GreenLake es una propuesta de nube realmente diferencial en el mercado, una plataforma abierta, segura y totalmente integrada, que aporta una experiencia unificada a través del extremo, el centro de datos y la nube, automatizada, fácil de consumir y con capacidad para dimensionarse según la demanda. Afrontamos, por tanto, 2022 con esta estrategia consolidada de nube híbrida HPE GreenLake que nos permite dar respuesta a las tres megatendencias del mercado y seguir avanzando en nuestro propósito de mejorar la forma en la que las personas viven y trabajan.



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

IBM

1 - En todo el mundo, la tasa de transformación digital se está acelerando rápidamente. En algunas áreas, como el comercio electrónico, las organizaciones experimentaron el equivalente a 10 años de crecimiento en menos de un año.

El sector TIC está jugando, y jugará, un papel protagonista en la recuperación económica. Según el barómetro mensual TIC Monitor de VASS y el Centro de Predicción Económica CEPREDE, el sector registró un aumento de un 3,9 % en la demanda de talento especializado en los últimos 12 meses y un incremento de la facturación superior al 16 %. Estos indicadores no hacen más que confirmar la resiliencia del sector, así como el importante papel que desempeña en la deseada llegada de la normalización económica.



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

Tanto la Comisión Europea como el propio Gobierno español apuestan por la digitalización como uno de los dos elementos claves sobre los que debe pivotar la recuperación económica. En nuestro país tenemos dos ejemplos de esta apuesta: el Plan España Digital 2025 o el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de la economía española y, a nivel europeo, los fondos de recuperación NextGeneration de la Unión Europea, que ponen el foco en la transformación digital como motor de desarrollo económico.

Creemos que, en concreto, los fondos NextGenerationEU suponen una oportunidad para este impulso de la recuperación y la transformación digital, así como para construir una mayor resiliencia empresarial.

En este sentido, el sector TIC no solo está contribuyendo a la recuperación en el plano económico, sino también en el social. En IBM creemos que la verdadera transformación digital de nuestra economía pasa por una mejora de la educación y formación en capacidades y competencias digitales ("*digital skills*") de toda la sociedad, desde estudiantes a profesionales de todos los sectores productivos.

2 - IBM se encuentra en medio de una evolución significativa, aunque no es la primera en sus 110 años de historia, gracias a la que ofrecerá la potencia de la nube híbrida y de las tecnologías de inteligencia artificial (IA) a clientes de todo el mundo. Hemos reorientado nuestro *portfolio* hacia un modelo centrado en el desarrollo y aplicación de estas tecnologías en el entorno empresarial.

Contamos con una amplia gama de servicios y productos adaptados a múltiples sectores de los que tenemos un profundo conocimiento, pero nuestro *core* se centrará en la computación en la nube, la inteligencia artificial y los datos, con la ciberseguridad como elemento transversal.

En 2022 queremos ayudar a mejorar las Administraciones Públicas a través de la IA y la automatización de procesos, incrementar los conocimientos tecnológicos de los ciudadanos y trabajadores con *skillsbuild*, y convertirnos, directamente o a través de nuestro ecosistema de socios comerciales, en un "agente digitalizador" para colaborar en la digitalización de las empresas y la sociedad, todo mediante una colaboración público-privada efectiva.

INFORTISA

1 - Nuestra oferta de servicios digitales juega un papel fundamental en este proceso. Con nuestro catálogo de soluciones ayudamos a otras empresas a impulsar su negocio y a dar el salto al mundo digital de una forma orgánica, ágil y eficiente. Además, en Infortisa nos adaptamos a las necesidades de nuestros clientes para que, a su ritmo, sean capaces de hacer frente a la transformación digital de la mejor forma y puedan aprovechar al máximo los fondos NextGenerationEU.

2 - En Infortisa mantendremos el foco en satisfacer las necesidades de nuestros clientes y volveremos a apostar por la mejora continua y por la innovación para seguir creciendo juntos. Con una estrategia 360°, en 2022 continuaremos potenciando nuestro papel como mayorista de informática y nos apoyaremos en una oferta de servicios digitales cada vez más completa, que incluye desde un desarrollo web a medida hasta la implantación de un ERP.



Andrés Pastor
director adjunto y director
financiero de Infortisa



INGRAM MICRO



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

1 - Nuestra industria tiene una enorme responsabilidad en la reconstrucción de la economía española tras la pandemia. En un mundo global donde todos los parámetros se han visto alterados por la incidencia de la covid-19 hay algo que se ha mantenido inalterable que es la necesidad de tener un tejido empresarial potente, competitivo y eficaz, esto hace que las inversiones en tecnología para mejorar la competitividad sean esenciales. Los fondos vendrán, las empresas estarán dispuestas a invertir y sin duda las grandes corporaciones sabrán cómo hacerlo y acceder a los fondos. El reto será digitalizar a la pequeña y mediana empresa española y crear los procesos adecuados

para poder acceder a la financiación. Esa misión no es sencilla y tan solo un canal potente y profesional como el nuestro puede asumir este reto.

Hay que hacer los diagnósticos adecuados, proveer las soluciones y darles el soporte técnico necesario y en paralelo diseñar los procesos para que la pyme acceda a las subvenciones. Adi-

cionalmente dotar a estos programas de una financiación adecuada que haga de puente entre la implementación de la solución y el cobro de la subvención.

2 - En Ingram miramos de frente al reto de la digitalización de la pyme para ayudar a la transformación de la economía española, para ello hemos creado una plataforma de diagnóstico de la pyme y prescribir las inversiones necesarias para estar en una situación competitiva con empresas de su sector y su tamaño. También tenemos otra plataforma para facilitar el acceso a las subvenciones y finalmente ayudaremos a los *dealers* a completar su oferta de servicios. Nos focalizaremos en soluciones de infraestructuras y ciberseguridad tanto *on premise* como *cloud*, en soluciones de comunicaciones colaborativas, en soluciones de *data capturing* y punto de venta. Para ello contamos con las herramientas que nos aportan los fabricantes que distribuimos, que son líderes en la industria. Además, hemos creado un abanico de servicios gestionados y de ciberseguridad diferenciales en el sector y todo esto apostando por el canal con unas ofertas financieras exclusivas. Hace dos años lanzamos el mejor programa de *breadth* del canal, el SMB Machine, y este año lo reforzaremos dotándolo de más recursos y de una proyección global. Los *dealers* encontrarán en este programa las respuestas a sus necesidades de negocio tanto a nivel de producto como de soluciones y podrán complementar su oferta de servicios, mejorar su financiación y acceder a mejores condiciones. Con todo esto Ingram será su mejor socio en los negocios.

KASPERSKY



Alfonso Ramírez
director general de
Kaspersky Iberia

1 - Es un hecho que el programa NextGenerationEU supondrá un importante impulso a la digitalización y a la transformación digital del tejido empresarial de los países miembros, entre ellos España.

Entre los objetivos, se puede destacar la mejora de la conectividad digital y la modernización del tejido empresarial, el impulso a las tecnologías basadas en la inteligencia artificial, la promoción de proyectos de emprendimiento de base tecnológica, el refuerzo en ciberseguridad, la protección de los derechos digitales o la mejora de la capacitación digital de la población.

En todos ellos, el sector TI desempeña un papel fundamental, ya que de su involucración y apuesta por el desarrollo de las áreas mencionadas dependerá que la inversión europea alcance sus objetivos y favorezca una verdadera transformación digital, no un mero gasto en adquirir soluciones que no respondan a las necesidades reales de las empresas.

2 - Nuestra estrategia para los tres próximos años (2022 a 2025) en el mercado corporativo se focalizará en tres grandes pilares. En primer lugar, nos centraremos en responder a la demanda de soluciones disponibles para la nube, como respuesta al incremento de la demanda por parte de nuestros clientes.

También reforzaremos nuestra estrategia de forjar alianzas y acuerdos con terceras partes de proveedores del mundo de la seguridad para ampliar el alcance de nuestras soluciones. El tercer gran pilar será el canal. Continuaremos ampliando y fortaleciendo nuestra relación con *partners* y proveedores de servicios gestionados, colaborando con el canal para proporcionarles nuevas herramientas y formas de trabajo que faciliten su negocio y amplíen su mercado potencial. En cuanto al segmento B2C, 2022 será un año de especial relevancia con importantes novedades.

LENOVO



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

1 - Hoy en día las empresas tecnológicas lideran la lista de empresas más importantes del mundo ya que todo gira en torno a la comunicación, las infraestructuras, la tecnología y los dispositivos, así como a la inversión en estos ámbitos. De hecho, las *telcos*, que actualmente tienen una función más amplia que hace unos años, son las que mayor protagonismo van a tener para desarrollar estos fondos que va a recibir España y detrás de las *telcos* están las tecnológicas.

En definitiva, es un nuevo ecosistema en el que las compañías tecnológicas son el centro de un círculo en el que todas las decisiones, de los hogares, las empresas y las administraciones van a girar en torno a la tecnología. Un ejemplo es la preocupación actual por la escasez de materiales y por que no lleguen ordenadores para seguir dando servicio en el ámbito educativo, sanitario o de Administración Pública. En estos momentos las tecnológicas, bien gestionadas, son el corazón de la sociedad.

2 - Teniendo en cuenta que en España y Portugal la Administración Pública y la educación son pilares fundamentales, el turismo también es un sector principal en Iberia, pero es un sector que no consume mucha tecnología, nosotros seguiremos centrados en atender la educación y la sanidad, como hemos hecho en 2021 a pesar de no tener dispositivos suficientes. Esperamos que en este nuevo año no haya esa escasez de materiales y podamos atender toda la demanda del mercado.

En Lenovo nos vamos a centrar en las urgencias con especial atención a la sanidad, en primer lugar, y a la educación, en segundo lugar. Y a partir de ahí trabajaremos para dotar al resto de sectores de lo que nos pidan.

MCR

1 - Después de la covid-19, la pyme española ha sufrido mucho social y económicamente, sobre todo aquellas empresas más débiles, por lo que estos fondos son clave. Llegando en tiempo y forma serán muy importantes para impulsar una recuperación marcada por la transformación digital. En este sentido, es esencial una gestión ordenada siguiendo los trámites adecuados para lograr un flujo ágil que haga que las empresas se sientan con la confianza suficiente para poder abordar con éxito esos cambios tan necesarios. Somos conscientes de que todavía hay muchas cosas en el aire, pero estamos seguros de que con la orientación correcta y el foco adecuado, el acceso a los fondos será fluido. Mirando atrás, ya han existido otras ayudas como las del año 2000 para la transición de la peseta al euro, cuya gestión se hizo con gran diligencia. Ello supuso un espaldarazo que contribuyó, sin duda, al resurgir de la pyme en un año marcado por profundos cambios. Ahora esperamos que las diferentes Administraciones Públicas sean capaces de generar correctamente ese flujo de fondos, para que puedan

llegar a los diferentes segmentos y, de esta forma, se pongan en marcha todos los proyectos previstos.

2 - Asesoramiento puro y duro. El propósito de MCR es ayudar a nuestro canal TI en la gestión de estos fondos. Queremos que nuestros *partners* estén al día y dispongan de la mejor información para que conozcan todos los beneficios que este plan puede aportar a su negocio. Nuestra intención es ponérselo lo más fácil posible para que se familiaricen con todas las posibilidades que existen, las conozcan y saquen el máximo rendimiento. Cuáles son las ayudas, cómo se gestionan de la manera más efectiva y rápida, qué segmentos encajan mejor dentro de esa transformación digital y la prescripción del producto más idónea para cada cliente. Agilizaremos todo lo que esté dentro de nuestras posibilidades para asesorarles en las líneas de actuación a seguir y otras medidas concretas.



Pedro Quiroga
CEO de **MCR**

MICROSOFT

1 - La agenda España Digital 2025 junto con los fondos europeos suponen una excelente oportunidad para poner en marcha proyectos con la digitalización, el *cloud* y la inteligencia artificial como palancas de cambio. Y desde Microsoft, con la ayuda de nuestro amplio ecosistema de *partners*, queremos ayudar a todo tipo de organizaciones a abordar con éxito ese cambio proporcionándoles la tecnología, productos y servicios que necesitan para descubrir nuevas oportunidades de negocio y favorecer su competitividad.

El impulso de la inteligencia artificial constituye uno de los elementos principales de la agenda España Digital 2025, junto con la promoción de tecnologías como IoT, procesamiento masivo de datos, computación en la nube, procesamiento de lenguaje natural, ciberseguridad o realidades mixtas. Con las plataformas *cloud* se democratizan los recursos y se pone al alcance de las pymes las mismas herramientas que usan las grandes corporaciones.

Considerando que el 33 % de los fondos de recuperación se asignará a proyectos de innovación digital, es una ocasión de oro para colocar a nuestro principal tejido productivo en el mismo nivel que Europa y avanzar en sostenibilidad. Y es que la sostenibilidad va a ser otra de las grandes áreas de trabajo. Se estima que, para finales de 2022, más del 65 % del PIB mundial estará digitalizado y la tecnología ofrece a las empresas un punto de apoyo sólido para abrazar una innovación sostenible.

Por otra parte, teniendo en cuenta que a los trabajadores les gustaría pasar al menos un tercio de su tiempo fuera del entorno tradicional de oficina, incentivar el uso de servicios en la nube y desarrollar herramientas de colaboración más inmersivas, seguras y confiables será clave en 2022.



Carolina Castillo
directora de *partners* de
Microsoft en España

2 - Nuestra apuesta por la nube es clara y vamos a seguir potenciándola con la ayuda de la experiencia y conocimiento del mercado local de nuestros *partners*. Con Azure proporcionamos una oferta holística que abarca aplicaciones, infraestructura, datos, IA, servicios, seguridad, cumplimiento...

También trabajaremos para aumentar la resiliencia a través de análisis predictivos, aprendizaje automático e implementación de gemelos digitales, que van a marcar los próximos pasos en el ámbito empresarial. Además, a medida que más empresas asumen compromisos de carbono neto cero, recurren a nuestra nube. No olvidemos que Azure funciona con fuentes de energía 100 % renovables y es hasta un 98 % más eficiente en carbono que los centros de datos tradicionales.

Asimismo, la nueva Región Cloud de Centros de Datos de Microsoft en España ayudará a superar algunas barreras en la adopción de la nube,

en especial, en las pymes y el sector público. Por otro lado, con la inminente inauguración del *hub* de I+D de Barcelona, queremos generar un vector de innovación en IA contando con la colaboración de universidades, centros de investigación y empresas de tecnología. Gracias a esta iniciativa reforzamos también nuestros esfuerzos para estimular el talento digital y la capacitación.

Por supuesto, el *skilling* juega un papel esencial en nuestra estrategia, por lo que seguiremos enriqueciendo Microsoft Learn. Finalmente, y a tenor de que las conclusiones del Informe de Defensa Digital 2021 de Microsoft afirman que los ciberataques van a aumentar, hemos anunciado una inversión de 20.000 millones de dólares en los próximos cinco años para potenciar aún más la integración de la ciberseguridad en nuestros productos.

NETAPP



Ignacio Villalgordo
director general de
NetApp España

1 - La pandemia ha acelerado la transformación digital de las compañías e instituciones públicas. Desde el principio nos dimos cuenta de que teníamos que establecer una manera para poder trabajar desde casa, algo que parece sencillo pero que desde el punto de vista tecnológico no lo es ya que no todo el mundo disponía de un portátil o acceso a las herramientas necesarias para trabajar día a día. Y todo eso es lo que ha venido a transformar un poco la manera de trabajar e interactuar con los demás.

De cara a este 2022 los procesos de digitalización que se han visto en grandes empresas y que se han iniciado en la Administración Pública se van

a consolidar. En el caso de la Administración Pública este proceso de transformación era necesario para transformar los servicios que se dan al ciudadano.

Asimismo, hay otros actores nuevos, que son los *cloud* públicos, que también van a ayudar a acelerar todos estos procesos de transformación. Empresas como AWS, Microsoft Azure o Google Cloud van a ser claves en esta transformación y van a permitir acelerar esa digitalización.

En los fondos Next GenerationEU hay una serie de ejes destinados a habilitar a las pymes. Un sector que no está tan digitalizado y que carece de los medios para hacer esta transformación de una manera ágil. Por ello estos fondos van a servir para que las pymes se digitalicen y puedan ofrecer sus servicios a través de Internet. Un aspecto fundamental porque España es un país en el que gran parte de nuestro tejido empresarial son pymes.

2 - Desde NetApp estamos ayudando a nuestros clientes, a las Administraciones Públicas, una de nuestras fortalezas es el sector público, y a distintos estamentos a llevar a cabo su transformación digital. También estamos trabajando en ejes relacionados con la inteligencia artificial y la digitalización porque somos una compañía especializada en los datos y estamos, primero, ayudando a clientes y Administraciones Públicas, tanto a nivel nacional como a nivel local, en primer lugar, en sus procesos de digitalización y modernización de sus aplicaciones y, segundo, les acompañamos en ese camino hacia los datos para que extraigan su mayor valor y que puedan ser compartidos en los entornos *cloud*.

En este 2022 nos seguiremos focalizando en estas iniciativas de inteligencia artificial y, además, seguiremos apoyando a todas las Administraciones Públicas y compañías del IBEX 35 con las que trabajamos para continuar con la evolución y la digitalización de las pymes y del tejido industrial.

NFON



David Tajuelo
director general de
NFON Iberia

1 - Tendrá un papel primordial y acelerador. Eso sí, habrá que planear muy bien cómo se van a invertir los fondos NextGenerationEU porque según se lleve a cabo la asignación de estos se podrá acelerar la transformación digital de muchísimas empresas en este país. No olvidemos que más del 98 % de todas las empresas españolas, lo son de menos de 10 empleados. Nuestra solución ayuda a este tipo de empresas, de manera económica, pero robusta —con el añadido del sello “ingeniería alemana”—, a poder gestionar sus comunicaciones internas y externas de una manera sencilla y asequible. Como digo, es

primordial hacer un buen reparto y hacerlo de manera coherente. Ya tuvimos el ejemplo del Plan E que fue un éxito para unos pocos durante un año, pero desarrollado sin visión de futuro y sin posibilidad de poder mantenerse en el tiempo. Creo que es uno de los factores fundamentales para poder medir el éxito de estos fondos.

2 - En el caso de NFON, seguiremos aportando cada vez más soluciones para poder dar respuesta a las necesidades que ha generado la pandemia en torno al nuevo puesto de trabajo digital híbrido. Fundamental a la hora de apostar por un futuro sostenible y un empleo enfocado en la conciliación y movilidad del empleado. Aportaremos un nuevo programa de *partners* NGAGE2022 donde incentivaremos a nuestros *partners* actuales y futuros a sentirse más cómodos y arropados dentro de la gran familia de NFON. Aportaremos soluciones optimizadas para conseguir que la experiencia de usuario sea la mejor para nuestros *partners* y clientes, y por supuesto, presentaremos novedades de producto para mercados tan interesantes y atractivos como el del *Contact Center as a Service* (CCaaS), donde nuestra alianza estratégica con Daktele hará del producto de NFON algo más único si cabe, que ya lo somos con nuestra plataforma Cloudya.

PPDS



César Sanz
responsable de PPDS
para Iberia

1 - Un papel fundamental para la canalización de los fondos NextGeneraciónEU en el eje de transición digital en todos los ámbitos, siendo motor en más de un sector.

2 - En el caso de PPDS Philips Profesional Display nuestras soluciones pueden influenciar en distintas áreas de negocio desde el mundo de la educación, pasando por el corporativo en el rediseño de espacios de trabajo y formas de implementarlo, como en la comunicación y posicionamiento de marcas en el mundo del *digital signage*.

NUTANIX



Alejandro Solana
director técnico de
Nutanix Iberia

1 - 2021 ha sido un año muy complejo, en el que los negocios han tenido que adaptarse más que nunca a las nuevas circunstancias, y no hay duda de que en 2022 el sector TIC volverá a jugar un papel fundamental para seguir consolidando la recuperación económica. De hecho, el plan de recuperación para Europa, canalizado a través de los fondos NextGenerationEU, sitúa la digitalización como una de las principales palancas de transformación y, por tanto, las empresas que trabajamos en el sector TIC tenemos una gran responsabilidad por delante para ayudar a los negocios, las pymes, los autónomos y las Administraciones Públicas a solucionar una de sus principales debilidades: la falta de transformación digital.

Y es que 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. Y las infraestructuras *cloud* son claves, 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 ya fundamental para la supervivencia de las compañías.

2 - La tecnología es, cada vez más, una cuestión de negocio y este último año hemos visto cómo las soluciones de trabajo en remoto han cobrado más relevancia que nunca. El valor diferencial de Nutanix es que se trata de una compañía capaz de hacer cosas por los clientes que otras no pueden y, además, en tiempo récord, por lo que en 2022 seguiremos trabajando para afianzar esta posición.

En cuanto a las tecnologías o áreas de negocio que serán más protagonistas este nuevo año, podemos mencionar la nube híbrida, las bases de datos como servicio y la apuesta por los modelos de suscripción y el acceso al software como servicio (SaaS).

Así, 2022 seguirá siendo testigo del despegue de la nube híbrida. Nuestro último estudio Enterprise Cloud Index ya señalaba que un 47 % de las empresas españolas implementará modelos de nube híbrida o *multicloud* en los próximos cinco años debido a la pandemia, lo que hará que la penetración de los centros de datos tradicionales se desplome desde el 18 % actual hasta apenas el 1 % en los próximos cinco años.

Al mismo tiempo, uno de los principales retos a los que se van a seguir enfrentando las empresas es ver cómo el volumen de información se duplica cada año y que disponer de los medios de almacenamiento necesarios puede llegar a ser algo cada vez más complejo. Cuando el crecimiento es tan exponencial, seguir las reglas tradicionales de adquisición de unidades de almacenamiento es un riesgo muy grande, ya que puede que nunca sean suficientes. Por eso, el enfoque tradicional de poseer en propiedad los medios de almacenamiento se seguirá cuestionando seriamente y las bases de datos como servicio (DBaaS) tendrán cada vez más relevancia.

Y finalmente, el modelo de suscripción y el acceso al software como servicio (SaaS) es otra apuesta de futuro que es ya una realidad. España es un país de pymes y la gran ventaja para ellas es que el modelo por suscripción democratiza la tecnología y pone a su alcance herramientas que antes solo podrían permitirse las grandes organizaciones. Las empresas medianas y pequeñas, con presupuestos y departamentos de TI reducidos, necesitan más que nadie optimizar costes, y el SaaS es siempre sinónimo de ahorro.



Carlos Gándara
director de empresas de
Samsung Iberia

1 - La tecnología y, en concreto, la industria TIC debe ser el gran catalizador de la recuperación y debemos apoyarnos en esta industria para mejorar la situación de nuestra economía. Por un lado, es necesaria una transformación digital interna en Administraciones Públicas y en el entorno empresarial para mejorar en cuanto a eficiencia, competitividad y ahorro de costes. Por otro lado, la forma en la que las empresas, las instituciones y las Administraciones Públicas se relacionan con los ciudadanos debe ser digital.

Además, la digitalización tiene un papel muy importante en la transformación económica de nuestro país, sobre todo en el caso de las pymes

que engloban el 97 % de empresas en España y que han sido, sin lugar a dudas, las que más les ha perjudicado la pandemia, ya que les ha cogido poco preparadas como demuestra el dato de que solamente el 20 % de ellas estaban desarrollando su actividad comercial de una forma digital.

Los fondos europeos nos sitúan ante una oportunidad única para posicionarnos en un nuevo ámbito competitivo, donde es fundamental la cooperación público-privada, el uso de la tecnología y el talento de los profesionales.

Para acometer esta nueva era en la digitalización, la red debe ser capaz de soportar tasas de datos muy elevadas y las pymes deben contar con una estrategia digital que cumpla con tres factores fundamentales: la conectividad 5G, la productividad en todo tipo de escenarios y la seguridad.

Nosotros ponemos todo de nuestra parte y aportamos nuestra experiencia, seguridad, innovación y capacidad de respuesta al servicio de las pymes y de la movilidad digital. De esta manera ayudamos a que las empresas puedan desarrollar todo su potencial con seguridad y garantías lo que les facilitará afrontar la transformación digital con éxito.

2 - Para que esta transformación digital suceda, llegue a todos los rincones de España y lo haga de manera rápida contamos con un nuevo aliado. Se trata de la tecnología 5G que debe ser el impulsor de la transformación digital que necesita nuestro país. Ya contamos con una de las mejores infraestructuras del mundo de fibra, ahora el reto es tener también la capacidad para liderar el desarrollo del 5G.

Nuestra misión es contribuir a crear un mundo mejor a través de la tecnología. Para alcanzar este objetivo, el desarrollo de tecnologías como la inteligencia artificial, el IoT o el 5G van a ser fundamentales y esta es nuestra apuesta de cara al futuro. Hace un par de años anunciamos una inversión adicional de 22.000 millones de dólares para el desarrollo de estas tecnologías y parte de esta inversión está haciendo que Samsung lidere el desarrollo del 5G a nivel global.

Esta tecnología facilitará una hiperconectividad que hará posible multitud de servicios que hoy en día no somos capaces de imaginar y que afectarán a nuestra vida personal y profesional, a las empresas y a los gobiernos, en el hogar, en la oficina o en el coche. Y, por supuesto, teniendo muy presente la importancia de la seguridad y privacidad de los datos. La seguridad es una obsesión para Samsung y trabajamos para que nuestros productos, desde el chip a las infraestructuras de red, sean los más seguros posible. No en vano contamos con las mejores soluciones de seguridad como Samsung Knox y somos el único fabricante con *smartphones* con certificados de seguridad del CCN en España.

SCHNEIDER ELECTRIC

1 - El sector TIC actualmente tiene la gran oportunidad de aprovechar los fondos europeos para crear nuevas infraestructuras y realizar inversiones que impulsen la profesionalización y la digitalización de las empresas en cuanto a su propuesta de valor. Creo que los principales ejes TIC sobre los que debe orientarse la transformación digital del tejido empresarial español, tanto pymes como grandes corporaciones, son la conectividad digital, la ciberseguridad y el despliegue del 5G. Estos 3 ejes, a los que los fondos de la UE prevén destinar hasta 4.000 millones, permitirán modernizar y mejorar la propuesta de valor de muchos sectores, y de forma sostenible en el tiempo. Esto es algo especialmente importante en aquellos sectores que todavía tienen una propuesta de valor poco digitalizada, pero con un peso importante en el PIB español como el turismo o el sector agroalimentario, entre otros. Y es un cambio que en España debemos realizar rápidamente para ponernos a la altura del resto de países europeos.

Además, el sector puede y debe aprovechar para mejorar la igualdad y la brecha salarial de



Silvia Poyato
business development &
innovation director Iberian zone
de Schneider Electric

género, puesto que los fondos también contemplan ayudas para potenciar el talento femenino en entornos TIC.

2 - Especialmente en tres áreas: centros de datos, *smart buildings* e industria.

Con respecto a los primeros, desde nuestro punto de vista todo el despliegue de la digitalización se apoya en una misma piedra angular, que es la infraestructura IT. Queremos que la base de la transformación digital sea sólida y eso implica tener *data center* seguros y resilientes, que puedan absorber todo el incremento en conectividad y seguridad que está por llegar. En cuanto a los edificios, nuestra visión es que estos sean al mismo tiempo *smart* y *green buildings*. Para esto deben incorporar tecnologías de conectividad y ciberseguridad.

Finalmente, en industria, nuestro objetivo es ayudar a las empresas del sector a digitalizar sus procesos productivos y su cadena de valor para que liberen y aprovechen sus datos para tomar mejores decisiones y ser más eficientes.

SONICWALL

1 - Es indudable que el mundo ha cambiado en 2020 y 2021. La hiperconectividad acelerada por el fenómeno covid ha sido la levadura que ha transformado nuestro mundo. La transformación digital se ha acelerado varios años en pocos meses y los fondos NextGenerationEU van a seguir acelerando dicho empuje. Así, el sector TIC será el motor de cambio de la economía como ya lo es de la sociedad. Pero, además, 2022 será el año del 5G y de la hiperexposición, por lo que el escenario para la ciberseguridad, que es lo nuestro, es un tanto dantesco: todo va a ir a peor. Ya lo apuntan todos los indicadores —+59 % ataques IoT en los primeros 6 meses de 2021, +151 % de *ransomware* en el mismo periodo, ataques más dirigidos, más sofisticados, más letales—.



Sergio Martínez
country manager de
SonicWall para Iberia

2 - La inversión en ciberseguridad crecerá en 2022, pero hay que ir más allá, con una seguridad por capas, con visibilidad central y en tiempo real de lo que ocurre en la red, detectando los ataques de corte desconocido en el momento en el que se producen, y todo con un TCO asequible para una pyme. Esta es nuestra vocación, nuestra estrategia. Foco en el canal de distribución —llevamos más de 30 años en ciberseguridad, siempre 100 % a través de canal, junto a nuestros *partners*—, foco en construir una ciberseguridad avanzada, apoyada en inteligencia artificial, para cualquier organización, tenga el tamaño que tenga, y desplegando nuestra nueva Generación 7 (SonicOS), con un nuevo y avanzado *interface*, además de prestaciones muy avanzadas. En este mundo en el que el perímetro se ha desdibujado y ha pasado a ser “multiperímetro”, el *firewall* sigue siendo la pieza principal en el castillo de la ciberseguridad, añadiendo un buen acceso remoto Zero-Trust, SD-WAN, *wifi* segura, *switching*, seguridad para Office 365 y *cloud*, y un *endpoint protection* basado en comportamiento, no en firmas. La ciberseguridad está cambiando, porque el mundo lo está haciendo rápidamente. SonicWall es un buen *partner* para construirla en todo tipo de organizaciones, siempre al lado del canal.



SOPHOS



Carlos Galdón
director de canal
de Sophos Iberia

1 - La transformación que esperamos y el papel que tendrán las TIC en 2022 va más allá de la pura contribución a la recuperación económica pasando a ser un catalizador fundamental de la misma. El 97 % de nuestro tejido empresarial está formado por pymes y es ahí donde realmente el sector TIC puede aportar más con el apoyo de los fondos NextGenerationEU. Y ¿de qué depende que tengamos éxito en este proceso? Desde mi punto de vista, los dos factores fundamentales serán la concienciación y formación de los actores que intervienen en este escenario como son: los usuarios, las empresas y las Administraciones

Públicas. Todos ellos tienen que entender que este cambio de modelo productivo va a redundar en una mejora en la eficiencia de los procesos de negocio que permite que estos funcionen mejor y sean más rentables.

Tras la pandemia el 50 % de las pymes españolas han alcanzado una buena estructura digital, antes no llegaba al 30 %, pero, aun así, todavía hay un 24 % de ellas que continúan escépticas en cuanto a los beneficios que la transformación digital puede traer. Es ahí donde la Administración Pública, apoyada por las administraciones locales, debe hacer una labor de concienciación para estas empresas.

El segundo catalizador es la formación. Es verdad que desde INCIBE y los fabricantes de ciberseguridad estamos haciendo un esfuerzo muy importante en términos de inversión y tiempo para formar a nuevos profesionales en el sector, pero todavía es muy complicado encontrar perfiles para cubrir todas las posiciones que está demandando el mercado.

2 - Desde el punto de vista de soporte a las empresas en este trayecto, en Sophos estamos trabajando con nuestro canal para proveer al mercado de toda la información necesaria para que la transformación digital sea segura de extremo a extremo. Hemos hecho diversas formaciones a través de la web y estamos trabajando como consultores de *partners* y clientes en este sentido.

En Sophos pensamos que una estrategia global e integrada de la gestión de la seguridad es la adecuada. Sabemos que compartir la información, el “dato”, entre todos los componentes del sistema de defensa de una empresa es imprescindible y es lo que nosotros hacemos. Entendemos la ciberseguridad como un ecosistema adaptativo, que va actuando en función de las amenazas que recibe y con la información que obtiene de los distintos elementos de protección, desde el dispositivo final hasta los elementos de red, pasando por el resto de elementos protegidos por nuestro ecosistema. Toda esta información, procesada por equipos humanos e inteligencia artificial y alimentada a la vez por los laboratorios de Sophos, es lo que nos permite tener en estos momentos el mejor ecosistema de protección frente a ciberataques del mercado.

TECH DATA

1 - Los fondos europeos son un herramienta que, si somos inteligentes todos y sabemos aprovecharlos como país, van a suponer un auténtico revulsivo para toda la sociedad, no solo para las empresas. La inyección económica que suponen los 140.000 millones de euros de fondos europeos, de los cuales la mitad son subvenciones a fondo perdido, son un espaldarazo a la modernización y a la digitalización del ecosistema industrial, servicios y de la pyme, y un auténtico impulso al emprendimiento.

El sector TIC va a jugar un papel relevante ayudando a las empresas en su digitalización, preparándolas para afrontar los numerosos desafíos de los mercados tanto a medio como a largo plazo. También va a ser clave en el impulso de sectores como la educación o la administración, haciéndolos más abiertos, accesibles y eficientes.

En esta línea, en Tech Data acabamos de lanzar DigitalizaTech, un programa que ayuda a los *partners* en el análisis y la gestión de los fondos NextGenerationEU. Mediante un portal ofrece información permanentemente actualizada, formación y recursos necesarios para la presentación, tramitación y justificación de las diferentes partidas presupuestarias y programas de subvención a la que los *partners* y las empresas pueden optar.

Si algo nos caracteriza al sector TIC es que existe una auténtica coordinación entre los diferentes actores. Fabricantes, mayoristas e integradores trabajamos muy estrechamente para llevar las mejores soluciones y más adecuadas para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y ayudarles a recuperarse de la actual situación. Además, les preparamos para un mercado cada vez más competitivo, interrelacionado, global y dinámico.

2 - Desde Tech Data estamos yendo más allá de la distribución de productos, tan tradicional como necesaria, trabajando en ampliar todas las áreas de negocio alrededor de la distri-

bución mediante la creación de valor para los *partners*. Una aportación de valor que también evoluciona. No es lo mismo lo que el mercado pedía hace apenas unos pocos años y lo que pide en estos momentos. Si hace apenas cinco o seis años estábamos todos esforzándonos en la introducción de tecnologías como la nube, el IoT, *analytics* o trabajando en mejorar la ciberseguridad, desde hace poco hemos dado un paso más trasladando la forma de vender, avanzando a sistemas de pago por servicio que implica el pago únicamente por lo que se consume y no haciendo enormes inversiones que, en muchos casos, quedaban obsoletas con una rapidez sorprendente.

Vamos a seguir trabajando en el desarrollo e impulso de las pymes, que no nos olvidemos son la base productiva del sector económico español, apoyando a nuestros *partners* en sus esfuerzos. También seguiremos empujando nuestra oferta de servicios, haciéndola más competitiva y complementaria de la actividad de nuestros *partners*. Seguiremos colaborando con las marcas líderes de las diferentes tecnologías en sus iniciativas para que los *partners* sigan formándose y certificándose.

Asimismo, seguimos impulsando el sector audiovisual donde Maverick AV sigue siendo un líder claro del mercado, trabajaremos en el desarrollo de soluciones y servicios en negocios como la impresión, renovándolo completamente con soluciones MSP, etc.



Pauli Amat
vp Tech Data España

TP-LINK



Álvaro Ausín
director de ventas y canal
de TP-Link

1 - El sector TIC va a ser la piedra angular de la recuperación económica y como respuesta a un claro cambio de tendencia de mercado post pandemia. Debemos entender que la manera en la que una empresa o sector se relacionaba con su mercado ha cambiado, lo que antes podía ser válido ahora ha dejado de serlo y, por lo tanto, los procesos necesitan ser redefinidos para lograr una mayor eficiencia y ahí la tecnología es la respuesta. El elemento físico es en estos momentos una limitación clara para el desarrollo y la recuperación económica. No necesito tener a mis trabajadores en una mesa en mi empresa, no necesito tener contacto personal con mis clientes, pero sí necesito que el trabajo se haga y que exista una relación con mis clientes y quien resuelve esto es la tecnología.

2 - Nuestra estrategia desde hace ya varios años ha pasado por el desarrollo del mercado de empresa y muy especialmente en los verticales de educación y hostelería donde en estos momentos contamos con una gran fortaleza; por lo tanto nuestro foco va a seguir en esa línea de trabajo ya que queremos en 2 años ser la figura de mayor nivel dentro del entorno SMB (*Small and Medium Business*).

VALORISTA



Diego Colón
CEO de Valorista

1 - El sector TIC contribuye y debe contribuir más en el crecimiento de las empresas y tiene especial relevancia si nos referimos al tejido pyme. Como ya sabemos la tecnología es clave para la optimización de los procesos de la empresa, de esta manera mejora la rentabilidad y la competitividad a través de inversiones IT quirúrgicas y racionales, pero no solo hablamos de las mejoras puramente operativas, sino también de la protección de estos activos que paradójicamente quedan expuestos cuando el nivel de digitalización aumenta. Las pymes ya son foco de los ciberdelitos.

Somos responsables junto con nuestros *partners* de canal de ser capaces de trasladar esta digitalización y protección y, tal y como estamos viendo, esto va más allá de instalar un ordenador de sobremesa en una oficina. En este sentido los fondos NextGenerationEU deberían dar un impulso importante a la digitalización de la pyme, destinar partidas para digitalizar, proteger y concienciar. Es una oportunidad histórica si a nivel de país somos capaces de ordenar, canalizar y ejecutar estos fondos.

2 - Valorista en 2022 dará continuidad a las iniciativas e inversiones realizadas a lo largo de 2021 y que tienen por objeto trasladar al canal pyme la oferta compleja de digitalización y protección a través de la democratización de estas soluciones para hacerlas asequibles y comprensibles para la pyme. Por ello hemos diseñado unos paquetes de soluciones adaptables, escalables y recurrentes para todo tipo de negocios, sea cual sea su tamaño, y hablamos tanto de puesto de trabajo fijo o móvil así como de infraestructura, tanto en ámbitos de software como de hardware. Estas soluciones están combinadas con nuestro negocio tradicional, de tal manera que ofrecemos una propuesta incremental sobre lo que ya tenemos, en la que fusionamos nuestras soluciones con las propuestas de nuestros fabricantes tanto a nivel de hardware como de servicios añadidos en ámbitos de gestión y seguridad que se han ido incorporando en los últimos tiempos. Adicionalmente, seguiremos apostando por la economía circular a través del reciclado IT. Esta iniciativa tiene por objeto llegar a colectivos cuya economía y precariedad no les permite disponer de la tecnología adecuada para su desempeño y crecimiento. La digitalización tiene que ser transversal y multinivel. Es responsabilidad del canal que esto sea así.

VERTIV



José Alfonso Gil
country manager de Vertiv
en España y Portugal

1 - El sector TIC es el protagonista de uno de los cuatro ejes transversales en los que el Gobierno estructurará el reparto de los fondos NextGenerationEU, el de la transición digital, y parte importante en otro de ellos, el de la transición ecológica. Por tanto, podemos afirmar que el sector TIC será uno de los vectores fundamentales de la recuperación económica. Y dado que este sector está compuesto por un ecosistema de fabricantes, mayoristas, distribuidores, integradores y *resellers*, debemos trabajar todos juntos para aprovechar el impulso de los fondos. Es una responsabilidad compartida que empieza por una adecuada canalización de la información hacia el mercado y continúa con una labor de difusión de nuestra experiencia y mejores prácticas con los negocios en lo que respecta a la digitalización.

2 - En Vertiv tenemos un plan estratégico a varios años vista, que seguimos ejecutando según lo previsto. Queremos seguir siendo el fabricante de referencia en soluciones para centros de datos de cualquier tamaño, a la vez que seguiremos reforzando nuestro posicionamiento en el canal de distribución. Además, queremos predicar con el ejemplo y ser una empresa en la que la experiencia de nuestros clientes sea cada vez más digital, mediante el uso de configuradores *online*, aplicaciones de realidad virtual para conocer nuestros productos y formaciones virtuales. Por último, nuestro espíritu de I+D seguirá estando presente en el lanzamiento de nuestros nuevos productos.

**Next
Gen
EU**

1 - El sector TIC jugará un papel crucial en la recuperación económica ya que abarca los elementos clave de la transformación empresarial como son la innovación, la productividad y la colaboración. La tecnología permite mejorar los negocios y llevarlos a un nivel más avanzado. El sector TIC dotará a las compañías de las herramientas necesarias para realizar este paso y promover su innovación tecnológica, que se convertirá en el principal desafío de los próximos años.

En este contexto, la oportunidad que tenemos como país ante la llegada de los fondos NextGenerationEU es mayúscula y no debemos desaprovechar este momento. Las pequeñas y medianas empresas tienen que focalizar bien sus esfuerzos de cambio y, para ello, mi recomendación es realizar esa transformación en compañía de un buen socio. La transformación digital va más allá de elegir la mejor solución para nuestro negocio; no se trata solo de escoger la mejor herramienta de facturación, ERP o de gestión de nóminas, sino que resulta necesario contar con un *partner* que aporte orden, conocimiento y experiencia en ese proceso de transformación.

También es muy importante tener claro dónde hay que invertir y dónde no, porque los recursos, aunque abundantes, son limitados, considerando todo lo que hay que hacer. Un buen punto de partida siempre es el informe DESI (Índice de la Economía y la Sociedad Digital), que señala áreas concretas en las que trabajar.



Tomàs Font
director general de
**Wolters Kluwer Tax &
Accounting España**

2 - En Wolters Kluwer seguiremos focalizados en trabajar para que nuestros clientes consigan tener negocios más fuertes en términos de fiabilidad, crecimiento y rentabilidad. Nuestra propuesta de valor está claramente centrada en proporcionar soluciones de gestión en la nube, en el ámbito fiscal, contable, laboral y de gestión, tanto para despachos profesionales como para pequeñas y medianas empresas, que permitan maximizar los elementos de colaboración e innovación mediante la integración con soluciones de terceros o propias sobre nuestras plataformas, de forma fácil e intuitiva.

La transformación será digital o no será; las empresas necesitan abordar cambios que engloben actividades clave como la formación en el uso de tecnologías, el manejo de herramientas de gestión o la manera de comunicarse con los clientes. Estos son algunos ejemplos que deben revisarse y, en muchos casos, adaptarse, y es precisamente en esta actividad

de acompañamiento en la que Wolters Kluwer aporta más valor: llevamos más de 35 años acompañando a los clientes en esta transformación, ayudándoles a tomar decisiones complicadas gracias a nuestra experiencia y nuestras soluciones, en una combinación perfecta de tecnología y conocimiento.



El *site* ofrece información y propuestas completas para cada mercado vertical

Esprinet guía a las pymes en su transformación digital con YourTechExperience

El pasado mes de octubre Esprinet lanzó YourTechExperience, un portal para ayudar a las pymes a digitalizarse, aprovechando el impulso de los fondos europeos de recuperación NextGenerationEU, y, a la vez, generar nuevo negocio a su red de *partners*. Este portal "pensado por y para las pymes" —según indica José María García, director general de Esprinet Ibérica— es su contribución a la recuperación económica de nuestro país.

 Rosa Martín

El portal YourTechExperience es el resultado del trabajo de colaboración de Esprinet y sus colaboradores enfocados a la pyme para dar respuesta a las dificultades que las pequeñas y medianas empresas tienen a la hora de afrontar sus procesos de digitalización y acceder a las subvenciones y ayudas previstas en los fondos NextGenerationEU.

"La plataforma reúne tanto la parte de tecnología en colaboración con nuestros fabricantes y distribuidores, como la parte de búsqueda y consultoría de fondos, donde colaboramos con una empresa especializada en gestión de subvenciones para las pymes", explica García.

En el diseño de YourTechExperience, que contiene información sobre las soluciones, un buscador y gestor de subvenciones con toda la información sobre los fondos Next Generation y otras ayudas, han tenido un papel clave los proveedores de Esprinet. Este trabajo conjunto ha permitido diseñar las soluciones concretas para cada mercado vertical y desarrollar una propuesta completa. "Estamos muy agradecidos de la buena acogida que ha tenido entre nuestros fabricantes, que ven en la plataforma un paso adelante en la propuesta como mayorista y una oportunidad de negocio adicional".

Herramienta para las pymes y el canal

El portal funciona como una herramienta que aporta a las pymes toda la información y el soporte de la red de *partners* especialistas en cada solución. Y, al mismo tiempo, es un medio para que el canal pueda utilizarlo como su propia herramienta de búsqueda y gestión de fondos para asesorar a sus clientes y buscar nuevas oportunidades de negocio en las distintas convocatorias que van surgiendo. "A los *partners* certificados en las soluciones de los fabricantes, que además entren a dar el soporte a las pymes, les generará un negocio adicional", resalta el director general de Esprinet Ibérica. La plataforma, desarrollada en colaboración con la empresa Fandit, destaca no solo por el buscador y el módulo de consultas, sino también por la capa adicional de financiación que ha incluido. Esprinet ofrecerá diversas fórmulas para cubrir la parte no subvencionable mediante acuerdos con distintas entidades financieras y, además, en el caso de que el proyecto no sea subvencionable también ofrecen otras modalidades como el *renting* o el *leasing* para evitar desembolsos iniciales elevados.



José María García, director general de Esprinet Ibérica

Dinamizador del negocio

A diferencia de otras herramientas de las que ya dispone Esprinet, la plataforma reúne todos los elementos necesarios de manera sencilla en un único punto de acceso. "Somos el primer mayorista que ofrece tanto la gestión de los fondos y subvenciones como las soluciones tecnológicas en una plataforma unificada capaz de generar *leads* hacia nuestros distribuidores asociados", recalca el directivo. YourTechExperience, junto con otras herramientas digitales y programas, permite que Esprinet sea un generador de demanda para sus socios del canal.

Su intención es ampliar los contenidos de este portal tanto a nivel de gestión de fondos como de las soluciones tecnológicas para que este proyecto sea su modo de contribuir a la recuperación del país. "Es una cuestión ya no sólo de negocio sino de responsabilidad como actor principal del mercado IT". El mayorista confía que al poner a disposición de sus fabricantes y *partners* esta plataforma también mejorará tanto la imagen de marca como el *engagement* hacia los clientes "tan necesario hoy en día con el cambio de modelo hacia modelos de pago por uso", concluye el responsable. 

Esprinet
Tel.: 902 201 146

Una de sus últimas apuestas son los patinetes eléctricos de NIU

La movilidad avanza a pasos agigantados en MCR

MCR Mobile tiene una trayectoria todavía corta, pero su evolución está siendo muy rápida. Alex Cabo, director de MCR Mobile, se muestra satisfecho con el desarrollo del negocio tanto por el incremento de la facturación como por el número de marcas que están confiando en la división. "La evolución ha sido positiva. Hemos comprobado que el *expertise* y los conocimientos que teníamos en otras familias los hemos sabido aplicar en la división de Mobile y ha sido un rotundo éxito".

La división ha logrado crecer a pesar del momento "atípico" que atraviesa el mercado por los efectos de la pandemia, los problemas en la cadena de suministro por la escasez de componentes y el encarecimiento de los costes logísticos. Cabo explica que estos factores influyen en el precio de los dispositivos, aunque el efecto más notable que espera que se dé este año será la falta de promociones agresivas que solían lanzar los fabricantes especialistas en movilidad.

Oferta

Esta situación no ha mermado el empuje de la división que afronta su segundo año con la intención de ampliar su propuesta con nuevas marcas que alimenten su catálogo que nació enfocado al mundo de la telefonía, pero que ha crecido para ofrecer desde *smartphones* hasta patinetes eléctricos y un conjunto de productos que completan todo el ecosistema alrededor del *smartphone* como *wearables*, *smartwatches*, *smartbands*, tabletas o auriculares *true wireless*.

La división cuenta con 10 fabricantes que cubren todo tipo de soluciones y este año se ampliará con tres marcas nuevas. "Vamos a ampliar el *portfolio* con tres fabricantes nuevos y uno de ellos es Honor", confirma Cabo. En este momento, además, está apostando por la introducción en nuestro país de los *scooters* o patinetes eléctricos de NIU, una de las grandes marcas en esta categoría que aporta un producto de calidad, seguro y pensado para los usuarios que demandan un patinete como medio de locomoción personal. En este sentido, Cabo recuerda que el patinete eléc-



Alex Cabo, director de MCR Mobile

A pesar de que MCR Mobile es una de las divisiones más jóvenes de MCR, su evolución está siendo vertiginosa. Ha logrado en poco tiempo afianzarse con una oferta atractiva, que incluye productos para la movilidad personal, y la cercanía que brinda a sus distribuidores. Ahora encara el año 2022 con la intención de duplicar su facturación y potenciar el negocio en el mercado portugués.

 Rosa Martín

trico que inicialmente se consideraba un juguete ahora se percibe como un medio para la movilidad urbana y aunque el mercado está viviendo esta transición la marca NIU llega con la garantía de su *know how* y su posición en este segmento en otros países. "NIU es una marca que ha nacido para fabricar vehículos eléctricos hace diez años. Y en esta década ha conseguido ser líder mundial en todos los mercados en los que opera con motocicletas y *scooters* eléctricos", resalta. Su fiabilidad hace que las principales empresas de vehículos compartidos escojan sus vehículos porque



“Vamos a ampliar el *portfolio* con tres fabricantes nuevos y uno de ellos es Honor”

es la que “más garantías aporta desde el punto de vista de calidad de producto, RMA y servicio de postventa”, añade Cabo.

MCR Mobile ha apostado por este producto también porque abre una nueva vía de negocio para el canal y la prueba es que desde que se ha lanzado la respuesta de todos los actores de canal ha sido muy positiva.

Resultados 2021

La llegada de los patinetes de NIU a final de año fue uno de los hechos relevantes para la división durante 2021, un año en el que también brillaron los *smartphones* y destacó el crecimiento de los *smartwatches* y los auriculares *true wireless*. El negocio también tuvo una evolución positiva en todos los canales en los que comercializa su oferta, aunque destacó el canal *retail* porque ha sido el que más rápido se ha recuperado tras la pandemia. Sin embargo, MCR sigue poniendo mucho foco en el canal tradicional de TI porque es “un canal de cercanía para el usuario”, según detalla el directivo. Al mismo tiempo, MCR Mobile ha comprobado que las ope-

radoras están ampliando su oferta de dispositivos y que el canal *online* sigue en ascenso, aunque con incrementos más moderados que los que cosechó durante la pandemia.

Este trabajo en todos los canales y la implicación de todo el equipo del mayorista le permitieron cumplir el objetivo marcado al comienzo del ejercicio y logró ya en el mes de noviembre triplicar la cifra de facturación del año anterior.

Estrategia y objetivos en 2022

Este resultado le ha animado a continuar con la misma estrategia durante 2022 que consiste en “poner a disposición de nuestros clientes, en los diferentes verticales, soluciones por las que nosotros mismos apostaríamos como consumidores”, según resume Cabo. Al mismo tiempo, mantendrá la misma línea de atención y cercanía a sus clientes para aprovechar las nuevas oportunidades que presenta el mercado que se encuentran en el terreno de la movilidad eléctrica y el mercado de los *smartphones* impulsados por la demanda de la tecnología 5G. “En 2022 se espera recuperar los niveles de venta de 2019 a nivel de unidades con un ligero incremento en el punto de precio medio, debido a que la demanda de terminales 5G sigue creciendo”, detalla el directivo. A la vez, espera que la demanda de tabletas de gran formato siga al alza y que el ecosistema que rodea al *smartphone* siga creciendo con nuevos dispositivos conectados como todos los relacionados con el *smart home*. “Todo lo que son sistemas de vigilancia del hogar que se puedan gestionar desde el propio móvil este año van a tener un importante crecimiento”, confirma el responsable de MCR Mobile.

Esta previsión positiva hace que sus objetivos sigan siendo ambiciosos. Su intención es doblar la facturación de 2021 e intensificar el negocio en Portugal, que también comenzó hace dos años con un departamento dedicado a la movilidad. 

MCR

Tel.: 91 440 07 00

Acceda al vídeo de la entrevista desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/canal/el-ano-2022-va-a-ser-muy-significativo-para-el-5g-2021691759.htm>



Ampliación de la garantía

Uno de los factores que afectará a los productos de la división de movilidad de MCR es la ampliación de la garantía que ha pasado de dos a tres años al entrar en vigor la nueva normativa el 1 de enero. A juicio de Cabo, los mayoristas se adaptan a la normativa, aunque no sea la más acertada. Los servicios de reparación se

incrementarán al alargar la garantía y la obligación para los fabricantes de tener piezas de repuesto durante 10 años para reparaciones. Esta última exigencia impactará en el precio de los dispositivos. Cabo explica que el ciclo de vida de un producto, sobre todo en la telefonía móvil, es de un año, ya que los fabrican-

tes lanzan nuevas versiones cada año, lo que dificultará la gestión de las piezas durante 10 años. “Obligar a los fabricantes a que tengan piezas de repuesto durante 10 años, a la larga a quien va a perjudicar es al usuario final porque impactará en el precio”, añade el responsable de MCR Mobile.

España, cuarto país europeo y undécimo en el mundo en certificaciones *cloud* en el canal

"La tecnología está siendo un espacio de atracción de empleo"



Enrique Ruiz, director de tecnología de *partners* de Microsoft

Los números de formación en el canal son excelentes. En 2020 Microsoft formó a 27.000 empleados de las plantillas de los *partners* en diversas tecnologías *cloud* y en 2021 este número ha crecido hasta los 40.000 empleados, lo que supone un incremento del 148 %. Ruiz asegura que este crecimiento también se está observando a nivel mundial. "La tecnología está siendo un enorme generador de empleo", insiste. En España, por su situación de desempleo, "la formación está sirviendo, por un lado, para reciclar a muchos profesionales y, por otro, es una estupenda salida para los estudiantes recién licenciados en áreas vinculadas con la tecnología para encontrar su primer empleo". Además, España está siendo polo de atracción para la inversión. "Microsoft es un ejemplo de ello: se ha anunciado la creación de una nueva región *cloud* en España y también el *hub* de inteligencia artificial en Barcelona", recuerda. "Podemos hacer realidad que España se convierta en el *hub* tecnológico de Europa ya que muchas empresas tecnológicas ya han anunciado inversiones similares a las nuestras".

Microsoft Learn

Hace año y medio, Microsoft ponía en marcha Microsoft Learn, una plataforma gratuita de formación en su tecnología para la población en general, tanto para los profesionales que quisieran reciclarse como para los interesados en mejorar su capacitación y obtener las certificaciones oficiales. "Ha tenido una enorme acogida, con más de 1.200.000 personas registradas haciendo cursos en España; lo que nos sitúa los octavos a nivel mundial", valora.

Se trata de una plataforma abierta que puede ser utilizada por el canal para reciclar a su personal. "Los *partners* la están sacando mucho partido", explica. Además de los contenidos generales, Microsoft ha incluido las certificaciones básicas, aptas para los profesionales de ventas de los *partners*, que desde hace unos meses pueden renovarlas de manera gratuita en la plataforma y mantenerse actualizados.

La formación siempre ha sido área prioritaria para Microsoft. Una formación, amplia, que ha tratado de trasladar a todos los colectivos sociales y que, ahora más que nunca, se torna crítica. Como bien asegura Enrique Ruiz, director de tecnología de *partners*, la tecnología está siendo un espacio de atracción de empleo, lo que obliga a contar con empleados bien formados. España, además, se ha consolidado como un polo de inversión y las compañías tecnológicas demandan profesionales capacitados para nutrir de talento sus plantillas.

Marilés de Pedro

Los *partners* son claves y a ellos dedica Microsoft gran parte de sus esfuerzos en este apartado, con excelentes resultados en términos de acogida y certificación. España se sitúa como el cuarto país en Europa y el undécimo en el mundo en número de certificaciones *cloud*. Una situación, excelente, que sin embargo no le "basta" a un ambicioso Enrique Ruiz. "Tenemos un profesional certificado por cada 10 personas que están trabajando en los *partners*", contabiliza. "A pesar de que estamos muy bien situados en Europa y en el mundo, todavía queda muchísimo recorrido para seguir formando a los profesionales que trabajan con la tecnología". En Europa, España solo se coloca por detrás del Reino Unido, Alemania y Holanda; y muy por encima de países con muchos más habitantes, como Francia o Italia. "En España estamos teniendo más personas certificadas, pero aún nos queda mucho recorrido".

Especializaciones avanzadas

La marca cuenta con un mapa de 25 especializaciones avanzadas en asuntos como la inteligencia artificial, la seguridad o los datos, entre otras. Unas especializaciones, lanzadas hace un par de años, que nacieron para conceder más diferenciación al *partner* tras la formación.

Las especializaciones con más largo recorrido son las que cuentan con un mayor volumen: migración de servidores, bases de datos y puesto de trabajo.

"Crea futuro"

El programa "Crea Futuro" es una iniciativa de Microsoft, en colaboración con IAMCP España, la fundación Generation y universidades, escuelas de negocios y centros de FP de España, con un doble objetivo. Por un lado, conseguir nuevo talento mediante la formación y certificación de jóvenes, en el último curso de su formación, o desempleados, en las soluciones de Microsoft. Y, por otro lado, facilitar a los *partners* de Microsoft nuevo talento formado y certificado o reciclar a personal propio para mejorar su carrera profesional. En el último año se ha formado a más de 1.000 nuevos profesionales, un 40 % de ellos mujeres. Hay estudiantes que han cursado carreras donde hay poca de-

manda de empleo, que han llevado a cabo un reciclaje, con una formación especial para obtener certificaciones profesionales actualmente muy demandadas. Tras conseguirlas, pueden acceder a las vacantes que tengan los *partners* en sus plantillas. "La demanda se ha disparado", asegura. "Antes los *partners* contaban con vacantes en torno a 5 o 10 personas y ahora demandan 50 o 60 profesionales". De cara a 2022, el objetivo es hacer crecer la iniciativa. "Los *partners* lo siguen demandando".

Ruiz explica que están encontrando

mucha receptividad en las universidades. "Representa

la última milla de formación", analiza. Una universidad tarda entre cuatro y seis años desde que diseña un grado hasta que se licencia el primer estudiante, lo cual "hace imposible que se esté al día de la tecnología". Con esta iniciativa, Microsoft forma a los estudiantes del último año en aquellas certificaciones más demandadas, lo que les permite ser contratados por el ecosistema de *partners*.

Por último, Ruiz reivindica el esfuerzo de la multinacional por crear contenidos en español. "Cuando la formación está dirigida a profesionales de ventas o no técnicos el idioma, en este caso el inglés, es una barrera, por lo que estamos invirtiendo en materiales en nuestro idioma".

"Las vinculadas con la seguridad son las más demandadas", analiza. También ha habido mucho crecimiento en las especializaciones vinculadas con el trabajo en equipo (Teams), DevOps o VMware sobre Azure.

Aunque Azure representa, aproximadamente, un tercio del negocio de Microsoft y la formación alrededor de la plataforma es muy demandada, no es la que más está creciendo. "Nubes como Modern Work o Business Apps están creciendo incluso por encima", cuantifica. "En el área de aplicaciones e infraestructura está creciendo muchísimo la nube híbrida que permite al *partner* gestionar este tipo de entornos". También el área del puesto de trabajo virtual con Azure Virtual Desktop y con Windows 365. "Es un área que representa una buena oportunidad para invertir". Importantes son la modernización de aplicaciones y su desarrollo en el entorno de la nube. "Sigue habiendo muchísimo recorrido para migrar los entornos con aplicaciones propietarias hacia la nube". En el área de Azure, en el segmento vinculado con los datos, observa Ruiz un enorme desarrollo



"En Microsoft Learn se han registrado más de 1.200.000 personas en España; lo que nos sitúa los octavos a nivel mundial"

en el área del IoT, la inteligencia artificial y la analítica y el gobierno de los datos.

Propiedad intelectual del canal

Siempre ha insistido Microsoft en promover la propiedad intelectual de su canal. Muestra de ello, por ejemplo, son las aplicaciones *low-code*, desarrolladas en base a la plataforma Power Platform. Y para ello se necesita conocimiento. "Es otra de las áreas con un crecimiento tremendo", desvela.

Con el lanzamiento, dentro de la plataforma de Power Apps, se ha habilitado la posibilidad de crear aplicaciones a muchos empleados de los *partners* que no tenían conocimientos previos de desarrollo. "Pueden crear aplicaciones rápidamente. Lo que antes requería semanas o meses, ahora se

hace en pocos días". Se trata de aplicaciones para poner en producción en sus clientes finales o para crear pruebas de concepto. "Es una herramienta que les permite abrir nuevas vías de negocio".

Microsoft
Tel.: 91 391 90 00

Acceda al vídeo de la entrevista desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/canal/la-tecnologia-esta-siendo-un-espacio-de-atraccion-de-empleo-2021121591716.htm>



El mayorista anuncia su entrada en el mercado del *renting*

El valor: el faro que guiará el barco de negocio del grupo Esprinet



Siempre ha importado el beneficio. Y, ahora, más que nunca. Sin perder el volumen, vital para mostrar poderío y músculo financiero, el canal mayorista debe enfilar hacia mejores márgenes y poderosas rentabilidades. Nada mejor que apuntar hacia el valor para lograrlo y escribir en el horizonte ambiciosos objetivos. Es lo que ha novelado el grupo Esprinet: con una facturación que este año rondará los 4.600 millones de euros (lo que supone entre 90 y 100 millones de euros menos que en el excepcional 2020), el mayorista pretende incrementar su EBITDA hasta los 83 millones de euros, lo que supondría un increíble ascenso desde los 41,1 millones de euros que alcanzó esta partida el pasado año.

 Marilés de Pedro

Una ambición que alcanza hasta 2024, un ejercicio en el que el mayorista pretende alcanzar los 5.600 millones de euros con una partida de beneficio que crecerá hasta los 125 millones de euros, lo que supone un incremento del 50 %. "Queremos ser un mayorista que aporta conocimiento, con foco en las áreas más rentables y en soluciones con mayor margen, en línea con una estrategia que apuesta por la sostenibilidad, un factor esencial para el crecimiento, la innovación y el desarrollo de oportunidades", apuntó Alessandro Cattani, CEO del grupo Esprinet.

La posición de liderazgo del grupo en el mercado de la distribución en la zona sur de Europa (Portugal, Italia y España) es el mejor pilar: acapara el 26,6 % de este área, lo que supone una participación de mercado nueve puntos superior a su inmediato perseguidor (Tech Data). 650 marcas y alrededor de 130.000 productos, lo que supone un stock permanente valorado en 400 millones de euros, sustentan este liderazgo.

La previsión es que Esprinet Ibérica deberá impulsar la facturación hasta los 2.200 millones de euros en 2024, con el punto de partida de los 1.700 millones que se prevé que facture en 2021

La filial española (Esprinet Ibérica) genera el 40 % del beneficio y de la facturación del grupo. "España es nuestra casa", asegura Cattani. La filial ha crecido en los nueve primeros meses del año un 7 % (el mercado galopa al 10 %). Y, con ese golpe de valor, también se deberá impulsar la facturación para alcanzar en 2024 los 2.200 millones de euros (con el punto de partida de los 1.700 millones actuales).

El paso lo marca el valor

Cattani desveló que el negocio relacionado con los distribuidores de TI ha crecido entre enero y septiembre un 24 % (en un mercado que crece un 7 %) mientras que la facturación generada en torno a los *retailers* y *etailers* decreció un 3 % (en un mercado que se eleva un 13 %). El CEO recordó las dificultades de suministro que llevan padeciendo todos los mayoristas desde hace meses. "La demanda sigue creciendo pero seguimos sufriendo escasez de productos, sobre todo en las categorías vinculadas con el consumo, así como en las gamas de entrada de PC y teléfonos inteligentes".

La mayor rentabilidad se escribe con tinta de la división de Advanced Solutions. 601 millones de euros ha facturado este área en el grupo en los primeros nueve meses de ejercicio, lo que señala un ascenso del 60 % en un mercado que ha crecido un 5 %.

Un guarismo que contrasta con los 1.790 millones de euros del más tradicional *IT clients* (donde se ubican negocios como el PC, las impresoras o los teléfonos inteligentes) que ha elevado su facturación un 5 %, en un panorama de mercado que crece un 9 %. Cattani recordó que en su penúltimo ejercicio fiscal, el 2020, PC y teléfonos generaron el 60 % de la facturación del grupo pero "los márgenes se mueven en el 3 %". Frente a ellos, el poderoso atractivo del software, los servicios y la nube que aunque en 2020 solo sumaron el 5 % del negocio (poco más de 200 millones de euros), "señalan una enorme rentabilidad". Tampoco presentan malas rentabilidades áreas como las redes, el almacenamiento o los servidores que en 2020 generaron 385 millones de euros (un 9 % del negocio).

El foco, por tanto, "es una nueva marcha hacia el valor", señala. Una marcha, apoyada en su estrategia ESG (*Environmental Social Governance*). "La apuesta por la sostenibilidad, además de estar sustentada en motivaciones éticas, representa una enorme oportunidad de negocio, además de suponer un incentivo para la innovación y una reducción de carga fiscal

para las compañías", enumeró. Una estrategia que tiene en los fondos de recuperación europeos, con partidas exclusivas para proyectos verdes, un poderoso impulso. "No tiene sentido no apostar por la sostenibilidad", insistió. "Se trata de una revolución", continuó.



Alessandro Cattani, CEO del grupo Esprinet.

"Queremos ser un mayorista que aporta conocimiento, con foco en las áreas más rentables y en soluciones con mayor margen"

Una novedosa estrategia en la que permanece el gusto por las adquisiciones. Cattani reconoció que siguen buscando compañías en el área del valor, lo que combinan con empresas de nicho, que se mueven en segmentos tan rentables como el *gaming*. Una prospección que no solo alcanza los mercados español e italiano sino también áreas del centro y del norte de Europa.

Entrada en el mercado del renting

Esta valerosa estrategia, además de apoyarse en la comercialización de productos con mayor margen, les va a conducir, en un medio plazo, a convertirse en un proveedor global de servicios "manteniendo nuestras capacidades logísticas y financieras". El primero de estos servicios lleva el sello del *renting*. "La economía se mueve hacia la suscripción; un modelo que permite, no solo financiar el producto sino mejorar la experiencia digital de las empresas, ayudándoles a mejorar su servicio al cliente", recordó Cattani. Un movimiento entroncado con el gusto por la sostenibilidad por las posibilidades que abre para el reciclaje.

La opción de *renting* de Esprinet reposa en una plataforma, que reúne las ofertas de los distintos agentes financieros y de seguros, que asegura al canal la mejor opción; a la que, además, puede añadirle sus servicios.

Enorme oportunidad

Nunca hubo mejor época para esta "valerosa" estrategia. Cattani, con datos en la mano, defiende el peso, creciente, que tiene el mayorista en el mercado de las TIC. "En el sur de Europa los mayoristas hemos pasado de gestionar el 40 % del mercado en 2016 a generar el 60 % el pasado 2021", contabiliza. "Hemos evolucionado en nuestro papel; es un mercado muy interesante y con mucho crecimiento".

Echando números: en un mercado global en el sur de Europa (unido las TIC con el área de los electrodomésticos) cuyo montante ronda los 40.600 millones de euros, los mayoristas acaparan 17.500 millones (un 43 %).

Esprinet

Tel.: 902 201 146

Vive una experiencia visual con las pantallas LED de Philips

La identidad y la imagen van mucho más allá de nuestra percepción. Uno de los mayores retos de las marcas y compañías es el posicionamiento tanto de sus propios profesionales como el de sus clientes, para buscar y aportar siempre experiencias positivas en su comunicación e imagen, sea en la dirección que sea, pero siempre con un mensaje y una imagen unificada, con total libertad y sin límites.

La pantalla **LED de Philips L-Line 7000** permite crear pantallas realmente únicas que reinventan los espacios y la participación del espectador, además se adaptan a cada espacio creando elementos comunicativos que

cobran vida, a la vez que crean experiencias visuales más envolventes con una conectividad perfecta, múltiples tamaños y curvaturas, adaptadas a cualquier entorno, sea retail, corporativo, entornos públicos o cualquier ambiente que puedas imaginar.

Desata tu imaginación con la serie L-Line de Philips y crea el efecto WOW con la calidad y la resistencia que esperabas.

Y es que la **serie 7000 de Philips** presenta un alto nivel de contraste, con negros más puros, impresionantes colores de brillo que generan un impacto visual nítido con

Cableado **integrado**

La pantalla LED de Philips Professional Display lleva incorporado el cableado de alimentación y datos. Los paneles de la pantalla están conectados en cadena, minimizando el desorden y acelerando la instalación.

LED de **alto rendimiento**

Las pantallas LED de Philips son de alto rendimiento, testadas y energéticamente eficientes y rentables para cada tipo de instalación.

Cobertura conforme **IP30**

Su revestimiento protector resistente al polvo, la suciedad, los hongos y la humedad protege y facilita su mantenimiento.

Resistente al **fuego**

El diseño ignífugo ralentiza la propagación de las llamas en caso de incendio y ayuda a proteger la integridad estructural del panel LED.

Opcional: **soportes de fácil montaje**

Los soportes de montaje fácil patentados hacen que la instalación sea aún más rápida. Estos elementos opcionales están disponibles para el montaje de LEDs planos, curvados y convexos (177.5/175/172.5 grados), y esquinas de 90 grados en forma de L.

Bajo **consumo**

Diseñados para reducir al máximo el consumo de energía. No sólo reduce el impacto medioambiental, sino también los costes de funcionamiento.



**Flexibilidad en el diseño
brillo y elegancia**

resoluciones de **Full HD y Ultra HD**, ya que no presenta limitaciones de tamaño, con el fin de abordar e irradiar muchas de las barreras y limitaciones de espacio y esquinas. Además, proporciona un lienzo sin biseles, que llena el espacio generando una complicidad única con el espectador, centrando su atención sólo en el contenido y sin otras distracciones.

El LED de alta luminosidad garantiza que el contenido sea siempre visible, creando entornos atractivos y personalizados.

Esta solución LED está preparada para simplificar las instalaciones con los **KITS** que contienen todos los componentes necesarios para una rápida y fácil instalación: cabinets nativos 16:9 que optimizan el consumo y la disipación de calor gracias a sus soldaduras de oro, módulos Led, cables, controladoras, módulos de repuesto y marcos decorativos con el logo de Philips. Además, cada panel LED L-Line de Philips se calibra en nuestra fábrica bajo unas condiciones perfectas. Esto significa que no hay necesidad de una nueva calibración en la instalación, lo que permite una instalación más rápida. Los archivos

de calibración y configuración están disponibles para garantizar un servicio más rápido. Todo ello ideado para ser un producto llave en mano para los instaladores, fácil de manejar e instalar.

** Los kits están disponibles en configuraciones predefinidas que van desde tamaños de 110" a 330".*

Las soluciones Led de Philips están creadas para dar el máximo impacto

Una experiencia única y diferencial son las que te ayudarán a conseguir un incremento en la fidelización. ¿Y por qué escoger una solución Led PPDS? Porque es el proveedor mundial de productos, software e innovación, reconocida por proporcionar soluciones y productos exclusivos, pioneros en el mundo, junto a su completa red de partners. PPDS tiene una estrategia con visión de futuro que apoyar a sus clientes y a las necesidades del mercado en su conjunto.

Despierta aún más tu imaginación con PPDS y los productos Philips.



Specifications

Panel 22"

Panel 31"

Panel 41"

Panel model	22BDL7224L	22BDL7324L	31BDL7224L	31BDL7324L	41BDL7224L	41BDL7324L
LED type	SMD 1515 Copper wire	SMD 1515 Copper wire	SMD 1515 Copper wire	SMD 1515 Copper wire	SMD 1515 Copper wire	SMD 1515 Copper wire
Pixel pitch	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4
Panel dimensions (WxHxD in mm)	500x250x40	500x250x40	750x250x40	750x250x40	1000x250x40	1000x250x40
Panel diagonal size (inch)	22"	22"	31.1"	31.1"	40.6"	40.6"
Panel resolution (WxH in pixels)	208x104	208x104	312x104	312x104	416x104	416x104
Max. brightness (nits)	±1200*	±1200*	±1200*	±1200*	±1200*	±1200*
Max. contrast ratio	5000:1*	5000:1*	5000:1*	5000:1*	5000:1*	5000:1*
Controlling system	NovaStar	NovaStar	NovaStar	NovaStar	NovaStar	NovaStar
Panel typical power consumption (W)	<20	<20	<29	<29	<35	<35
Usage	24/7 Hrs, Indoor	24/7 Hrs, Indoor	24/7 Hrs, Indoor	24/7 Hrs, Indoor	24/7 Hrs, Indoor	24/7 Hrs, Indoor

El fomento del emprendimiento digital es otra de las prioridades del eje



La transformación digital de las empresas, sexto eje de España Digital 2025

El sexto eje del Plan España Digital 2025 es el dedicado a la transformación digital de la empresa y el emprendimiento digital. Este eje recoge todas las medidas para digitalizar la economía gracias a la transformación de las empresas. El Gobierno quiere con estas medidas que el tejido empresarial de nuestro país, que principalmente está compuesto por pequeñas empresas, micropymes y autónomos, se digitalice para ser más competitivo y, al mismo tiempo, fomentar el emprendimiento para crear nuevas empresas y generar empleo.

Rosa Martín

Olga Romero

Con este eje se pretende alcanzar cinco grandes objetivos. El primero es acelerar la transformación digital de las pymes apoyando este proceso con la colaboración de las instituciones públicas y los agentes privados. El segundo objetivo es impulsar el emprendimiento digital nacional e internacional residente en España. En este aspecto, el Gobierno quiere, no solo igualar el nivel de emprendimiento digital de nuestro

país al de otros países de la UE, ya que está por debajo de la media, sino que también quiere que las infraestructuras digitales y los centros de formación e investigación puedan ser un polo de atracción para emprendedores de otros países.

La colaboración público-privada,
clave para lograr la transformación
digital de las empresas

El tercer objetivo es impulsar la proyección internacional de los emprendedores españoles. Se pretende ayudar a las *startups* a incrementar tanto su presencia como los ingresos procedentes del exterior. El cuarto es el relacionado

con el fomento de la inversión privada en las *startups* tanto en las fases iniciales como en las de crecimiento y expansión.

El quinto gran objetivo es atraer teletrabajadores del resto del mundo para que España se convierta en un *hub* mundial en este

apartado, que atraiga a profesionales altamente cualificados y, a la vez, impulsar que empleados de otras partes del mundo trabajen para empresas españolas.

Plan de impulso a la digitalización de las pymes

Para lograr estas metas el eje contempla siete grandes medidas, destacando la primera que es el plan de Impulso a la digitalización de las pymes, que tiene por objetivo acelerar los procesos de digitalización de las pymes, impulsando la adopción de nuevas tecnologías en sus procesos productivos y el uso intensivo de los datos. Este plan, que se denomina "Plan de Digitalización

de Pymes 2021-2025", se presentó en enero del año pasado con un presupuesto de partida de 4.656 millones de euros con un impacto directo en forma de ayudas a la digitalización de 4.459 millones.

Digitalización básica para las pymes

El plan establece cinco ejes de actuación y 16 medidas. El primer eje es el de la digitalización básica para las pymes que contiene cuatro medidas. La primera es el "programa Digital Tool-

kit" (1), que tiene como meta promover la colaboración público-privada para facilitar y acelerar la digitalización de las pymes, especialmente micropymes y autónomos, facilitando la implantación de un conjunto de paquetes básicos de digitalización. En este programa se invertirán 3.000 millones de euros en el periodo 2021-2023.

La segunda medida es el "Programa de bonos de conectividad pyme" (2), que tiene una dotación presupuestaria de 50 millones de euros para el periodo de 2021-2023. Estas ayudas en forma de bonos tendrán una duración limitada en el tiempo y estarán destinadas para las pymes que participen en programas públicos de digitalización. La ter-

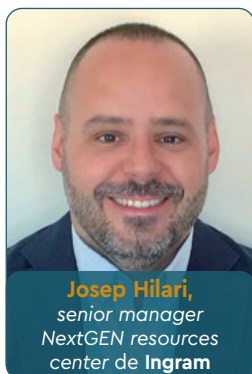
Se invertirán 100 millones de euros en la formación de expertos en la transformación digital de las pymes

El poder del canal en la digitalización de las pymes

Mayoristas, fabricantes y *partners* coinciden en destacar el papel fundamental que va a jugar el canal TI en el proceso de digitalización de las pymes. Un camino que se prevé largo, complejo y lleno de contratiempos pero que pisará el acelerador en los próximos meses con la llegada de los tan deseados fondos NextGenerationEU.

La transformación digital de las pequeñas y medianas empresas, sector que representa a una gran parte del tejido empresarial español, y la gestión eficaz de las ayudas europeas representan una nueva oportunidad de negocio para el canal. Un tren al que debe subirse para ser el *partner* tecnológico de estas empresas y explotar al máximo su "papel de facilitador de información y ayudar al cliente final a conseguir las subvenciones disponibles", comenta Emilio Adeva, director del canal profesional de Vinzeo. Una vez que las ayudas lleguen a su destino, las pymes, "el canal se convertirá también en su compañero de viaje para realizar el proyecto tecnológico como ha hecho siempre", asegura.

Para Josep Hilari, *senior manager NextGEN resources center* de Ingram Micro, "la mayoría de los integradores del canal tienen la capacidad y la oportunidad de homologarse como agentes digitalizadores". Una figura que, como explica, va a ser imprescindible para el desarrollo del Kit Digital. Gracias a esta certificación el canal "será el protagonista indispensable para el éxito del Plan de digitalización de las pymes", subraya. Pero, ¿qué estrategias y herramientas van a ofrecer a las pymes para convertirse en su *partner* de confianza?



Josep Hilari,
senior manager
NextGEN resources
center de Ingram

"En Ingram Micro hemos identificado este proyecto como estratégico para apoyar al máximo a nuestros clientes y que consigan maximizar esta oportunidad. Por ello hemos puesto a disposición de nuestros *partners* una serie de herramientas que les van a permitir ser mucho más eficientes en la tarea inicial de consultoría y validación sobre la elegibilidad de los proyectos, así

como finalmente, la tramitación de las posibles subvenciones. Todo esto lo completamos con una solución propia disponible para nuestros clientes con la que pueden hacer un diagnóstico ejecutivo sobre el nivel de digitalización de las pymes, soluciones adaptadas, financiación y formación constante".

"En Vinzeo nuestra estrategia sigue girando en torno al "Customer Centricity", o cliente como el centro de todo, donde nos centramos en darle la excelencia en el servicio y ser su prolongación o su socio en cada uno de sus negocios. Nos hemos aliado con una empresa especializada en el sector financiero para dar cobertura a las peticiones de información y, en el caso de estar identificado un proyecto, desde Vinzeo facilitamos, según su tipología, una guía de usuario para el distribuidor o bien le ponemos en contacto con la empresa especializada. Dicha compañía, de manera gratuita, ayuda tanto al distribuidor como al cliente final a preparar el concurso, así como a resolver cualquier duda que se le pueda plantear".



Emilio Adeva,
director del canal
profesional de Vinzeo



Activa Industria, Turismo Digital y la Digitalización del Comercio son los principales programas de transformación sectorial

cera medida es el "Programa protege tu empresa" (3), que tiene como finalidad ofrecer un conjunto de acciones de sensibilización, concienciación, educación y formación en ciber-

seguridad dirigido para empresas. Este programa, que desarrollará INCIBE, contará con un presupuesto de 42 millones de euros en el periodo 2021-2023.

La cuarta medida es el "Programa Acelera Pyme-Transformación Digital" (4), que se compone de tres actuaciones: la creación de la red de oficinas Acelera Pyme para prestar servicios de asesoramiento a pymes que ayuden al fomento de las demandas tecnológicas; la segunda es el desarrollo para poner a disposición de las empresas una plataforma dinámica con contenidos de valor para que sea el punto de encuentro digital de las pymes; y la tercera es la realización de talleres y seminarios en todo el territorio nacional sobre temáticas relacionadas con la transformación digital. Este programa cuenta con una dotación presupuestaria de 26,4 millones de euros.

Gestión del cambio

El segundo eje del plan está dedicado a la gestión del cambio y consta de tres medidas. La primera consiste en un "Programa de Formación de Directivos" (5) que tiene como objetivo promover la formación directiva en la gestión digital de la empresa y disminuir la brecha digital por cuestión de género, incrementando el número de mujeres matriculadas, graduadas y trabajadoras en sectores TIC. En este programa se invertirán 256 millones de euros. La segunda medida dentro de ese eje es el "Programa de expertos en transformación digital de las pymes" (6), que tiene como fin formar a jóvenes expertos en digitalización de las pymes como agentes del cambio en los procesos de transformación digital. En este programa se invertirán 100 millones de euros.

Oficinas Acelera Pyme, claves para la digitalización

Las oficinas Acelera Pyme, que han sido puestas en marcha en España por Red.es, disponen de una partida presupuestaria de ocho millones de euros, de los cuales la entidad pública aportará 6,3 millones de euros y las entidades beneficiarias el resto. Estas iniciativas están cofinanciadas también por los fondos FEDER de la Unión Europea.

Pau Castillo, asesor de transformación digital de la oficina Acelera Pyme de Smartech Cluster, asegura que el objetivo es "llegar a un público mucho más amplio para facilitar de forma totalmente gratuita la digitalización de las pequeñas y medianas empresas, autónomos y emprendedores de todos los sectores". Castillo explica que "el trabajo con las pymes se está centrando en la sensibilización, el acompañamiento y el asesoramiento en todo lo relacionado con la transformación digital". Entre las funciones de estas oficinas también está la de ayudar a incrementar sus conocimientos sobre tecnología y su acceso a la misma. Porque, como reconoce, "es lo

único que les va a permitir seguir siendo competitivos en esta nueva realidad".

Asimismo, y gracias a "las jornadas de sensibilización que organizamos y el servicio de resolución de consultas que ofrecemos, pretendemos conseguir que cualquier usuario pueda resolver sus dudas de forma totalmente gratuita de la mano de un equipo de expertos", afirma.

De cara al próximo año, la oficina Acelera Pymes de Smartech Cluster prevé un incremento exponencial de la actividad como consecuencia de la publicación del Kit Digital. Por este motivo la oficina se ha marcado tres líneas de actuación para 2022. En primer lugar, continuidad de las acciones de sensibilización. En segundo lugar, el asesoramiento y apoyo personalizado a las pymes en su proceso de digitalización. Y, por último, la generación de contenidos asociados a la adopción de nuevas tecnologías.



La última medida dentro de este eje es el "Programa de agentes del cambio" (7), cuyo objetivo es financiar la incorporación de profesionales en transformación digital en las pymes para desarrollar su plan de digitalización y acelerar su transformación, actuando como agente del cambio dentro de la empresa. Este programa contempla la contratación de los agentes del cambio por parte de las empresas una vez finalizada la actuación. En este programa se invertirán 300 millones de euros.

Innovación y emprendimiento digital

El tercer eje es de la innovación disruptiva y emprendimiento digital. En este apartado, se recogen cuatro medidas. Una de ellas es la relacionada con la innovación de las pymes a través de un "Programa de innovación disruptiva para la transformación digital en las pymes" (8), que se dirigirá a empresas innovadoras y de base tecnológica en cualquier sector para financiar proyectos de digitalización. El presupuesto para su desarrollo es de 100 millones de euros.

La segunda medida de este eje se desarrolla en el "Programa de apoyo a las agrupaciones empresariales e innovadoras" (9), cuyo objetivo es apoyar las estrategias de innovación y competitividad llevadas a cabo por colectivos o "clusters" de empresas, generalmente pymes, que

no podrían llevar por sí solas sus proyectos de innovación si no fuera dentro de esta fórmula. Este programa contará con un presupuesto de 115 millones de euros.

La siguiente medida dentro de este eje es el "Programa de apoyo a los centros de innovación digital (DIH)" (10), que tiene como fin apoyar el desarrollo de centros de innovación digital (CDI) que actuarán como ventanillas únicas para que las pymes puedan acceder a la información, los servicios y las instalaciones que precisan para sus procesos de transformación digital. Está previsto invertir 42 millones de euros en su desarrollo.

La medida que cierra este bloque recoge todos

virtual que aglutine todos los recursos para el emprendimiento digital.

El apoyo a la creación de *startups* por mujeres emprendedoras, un portal web de *startups* que sirva de escaparate para este ecosistema de empresas y el despliegue de una red de centros de apoyo al emprendimiento (RENACE) completan estas medidas. Para realizar estos programas se ha destinado un presupuesto de 182 millones de euros.

Apoyo a la digitalización sectorial

El cuarto eje del plan es el dedicado a la digitalización sectorial y comprende tres grandes medidas que se plasman en tres programas:

Activa Industria (14), Turismo Digital (15) y Digitalización del Comercio (16).

Bajo el nombre de Activa Industria se van a desarrollar varios programas. Uno de ellos es el que se denomina HADA que es una herramienta de diagnóstico online que a través de un cuestionario de 68 preguntas permite

a las empresas conocer cuál es su grado de madurez digital y su estado en el proceso de adopción de soluciones de Industria 4.0. El segundo programa es Activa Industria 4.0 que es un programa de asesoramiento especializado y personalizado, realizado por consultoras acreditadas.

La ley de *startups* permite crear empresas de manera telemática y sin costes notariales

los "Programa de apoyo al emprendimiento digital" (11), que articulan la estrategia "España Nación Emprendedora" que tiene como prioridades el impulso al emprendimiento digital y a las *startups*. Aquí se encuentran varias medidas como la creación de la Oficina Nacional del Emprendimiento (ONE) que será una plataforma

La figura de agente digitalizador

“Los agentes digitalizadores seremos un elemento clave para acompañar y asesorar a las empresas, así como ofrecerles las herramientas más apropiadas y adaptadas a sus necesidades”, afirma Eugenia Dutto, directora de consultoría y servicios de Wolters Kluwer Tax & Accounting en España.

La compañía tiene como objetivo intrínseco contribuir a la digitalización e innovación tecnológica. Una finalidad que, como indica Eugenia Dutto, “encaja perfectamente con el objetivo que persiguen los fondos NextGenerationEU y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia”.

Wolters Kluwer, como futuro agente digitalizador, está trabajando para acompañar y asesorar a las pymes y autónomos en su digitalización. Para ello “pondremos a su disposición todas las soluciones y servicios digitales esenciales para impulsar su transformación digital”, co-

menta. Además, la directiva añade que “todas las empresas que pongan en marcha sus proyectos de digitalización con nuestras soluciones y servicios podrán beneficiarse de diferentes subvenciones para su implantación”.

El tercero es el programa Activa Crecimiento que ofrece consultoría personalizada consistente en 50 horas de asesoramiento que actúan sobre seis palancas de crecimiento: innovación, recursos humanos, operaciones, digitalización, marketing y comercialización y finanzas. Y el último programa de este punto es el de Activa Ciberseguridad, que está diseñado para que las pymes determinen su nivel de seguridad y establezcan el que tienen que conseguir para proteger su información.

Para la ejecución de todos estos programas está prevista una inversión de 38 millones de euros.

Programas de turismo digital

Estos programas tienen como objetivo la transformación del sector del turismo apostando por el desarrollo de nuevos productos y servicios digitales. Dentro de estos programas se darán ayudas para la realización de proyectos innovadores relacionados con la inteligencia artificial y los relacionados con otras tecnologías habilitadoras como IoT, 5G, *big data*, aplicaciones móviles, etc. La inversión se realizará mediante convocatoria de ayudas en la modalidad de ayudas directas, préstamos reembolsables o una combinación de ambas. La inversión prevista para su ejecución asciende a 80 millones de euros.

Programas de digitalización del comercio

Los programas de digitalización del comercio tienen por objetivo la digitalización del comercio minorista y de distribución comercial, así como su internacionalización. Entre estos programas destacan tres. El de mercados sostenibles que facilita financiación a las entidades lo-

cales y comunidades autónomas para que inviertan en mejoras en la modernización de mercados municipales, áreas comerciales y mercados de venta no sedentaria y canales cortos de comercialización.

El segundo programa destacado es el de modernización del comercio que apoyará la inversión en proyectos que incorporen las nuevas tecnologías en el comercio local. Cada proyecto tendrá un 80 % de financiación pública y un 20 % de financiación privada. Se creará la plataforma de Comercio Conectado que tiene como objetivo acompañar al sector *retail* en el proceso de transformación digital.

El tercer programa es el de diagnóstico de innovación para el comercio, que ofrecerá a las pymes, micropymes y autónomos servicios de asesoramiento especializado y personalizado, de manera gratuita, mediante la realización de diagnósticos individualizados. Y el último programa de este bloque es el ICEX eMarket Services que tiene como misión facilitar a las empresas españolas la internacionalización a través del canal *online*, especialmente utilizando mercados electrónicos.

En la realización de todos estos proyectos se invertirán 324,59 millones de euros.

Coordinación, eficiencias y reformas

El último eje del plan recoge dos medidas complementarias para la eficiencia de las redes de apoyo a las pymes y el impulso de un esquema de sellos que pongan en valor el esfuerzo por la digitalización de estas empresas. Una de las medidas es la red integrada de capacidades de apoyo a las pymes para la innovación, la digitalización y el emprendimiento (15). Esta medida

consistirá en promover una estrategia y planificación conjunta más ordenada y coordinada de la red de capacidades permitiendo su especialización, según las prioridades tecnológicas y sectoriales del país.

La segunda medida es la implantación del sello pyme digital (16) que permita acreditar y certificar la madurez digital de las pymes.

Más medidas

En el sexto eje del plan también se recogen otras iniciativas para la transformación del tejido empresarial como la ley de *startups*, cuyo proyecto de ley fue aprobado por el Gobierno el pasado mes de diciembre y que incluye medidas fiscales, elimina trabas burocráticas y flexibiliza los trámites con el objetivo de impulsar la creación e inversión en *startups*. Cuenta también con diferentes medidas dirigidas a atraer el talento tanto nacional como internacional. A partir de ahora se podrá constituir una empresa con un solo paso, por medios telemáticos y sin costes notariales ni registrales.

Dentro de esta línea de acción también se encuentra la estrategia España Nación Emprendedora, que se presentó el 11 de febrero de 2021, para la modernización del sistema productivo y la creación de empleo de calidad. Dentro de esta estrategia, que se desarrolla a través de 50 medidas, se espera que en el año 2030 España sea un nación innovadora y foco de atracción para la inversión. Además, el eje contempla también la modernización de la industria financiera pública de apoyo al emprendimiento y la colaboración entre los distintos centros ligados al emprendimiento. 

La filial ibérica concluirá su año fiscal a finales de este mes de enero siendo la más rentable en EMEA

"La estrategia *multicloud* explica el éxito de VMware en los últimos años"

La consolidación de su organización en España, que ha multiplicado por tres su población en la última década, y la madurez de la estrategia explican, a juicio de María José Talavera, directora general de VMware en España y Portugal, el recorrido de la compañía y su excelente balance en nuestro país. VMware cerrará a finales de este mes de enero su año fiscal, en el que espera conseguir unos "espectaculares" resultados, con un crecimiento por encima del 50 % en su segundo semestre. "Es un síntoma de la confianza del mercado en nuestra estrategia; sin duda nuestra apuesta por el *multicloud* es el éxito de VMware en los últimos años", insiste. "La región ibérica concluirá el año siendo la zona con más rentabilidad en EMEA".

 Marilés de Pedro

Unos resultados en los que también ha sido clave el crecimiento del negocio generado alrededor de la pyme. Marga Sanz, directora de canal de la marca en España y Portugal, explica que se han dado cuenta de que, para competir en el mercado y disfrutar de las mismas funcionalidades que las grandes, "han de invertir en tecnología. Y así lo han hecho durante este año, poniéndose al mismo nivel tecnológico que las grandes empresas".

Libertad de elección y *multicloud*

Talavera asegura que la compañía se ha sabido adaptar a los nuevos tiempos que están alineados con los compromisos que ha demostrado VMware desde su origen: el respeto por el medio ambiente y la descarbonización, y con la sociedad. "Un compromiso que se extiende a nuestro ecosistema de *partners*".

La apuesta por el *multicloud* y por los entornos híbridos marca su estrategia desde hace años. "Nuestra alianza con los 6 grandes hiperescalares (IBM, Oracle, Microsoft Azure, Google, Ali Baba y AWS), unida a los acuerdos con proveedores locales y globales, nos hace únicos", recordó. Una estrategia refrendada por la realidad del mercado. Tal y como recordó Lluís Altés, *senior business solutions strategist* de VMware, el 75 % de los clientes de VMware trabajan con 2 o más nubes y el 40 % con 3 o más. "Apostar por varias nubes reduce los riesgos", señaló. No olvidó ape-



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

lar a la libertad de elección que se asegura al cliente. "Debe tener control absoluto sobre sus arquitecturas, recuperar su soberanía y disfrutar de la máxima flexibilidad, lo que le asegura cambiar de proveedor".

Un paso más en esta línea es el lanzamiento de sus servicios *cross-cloud*, los cuales ofrecen libertad, flexibilidad y seguridad a los clientes independientemente del *cloud* que utilicen.

Entre las áreas en las que está haciendo una inversión brutal destaca el *edge*, donde aplica la seguridad; y en las aplicaciones *cloud*, sobre todo tras la adquisición de Pivotal. Talavera reivindicó, una vez más, la estrategia de seguridad de VMware, "que acompaña a la carga y al dato".

Recuperada su independencia de Dell desde el pasado 1 de noviembre, Talavera insistió en que se abre una etapa en la que "podemos crecer mucho más". VMware, explicó, disfruta de una mayor libertad para la toma de decisiones y para sacar más partido de su ecosistema. "Podemos dirigir mejor las compras y cómo crece la oferta".

Entre los mercados en los que opera la compañía, Talavera recordó su colaboración con la Administración Pública, un área en la que han sido designados como proveedor de infraestructura *cloud* del portal SARA, para la construcción de una nube soberana privada para la Administración Central. 

VMware
Tel.: 91 412 50 00

Samsung lanza su nueva tableta Galaxy Tab A8

Samsung ha lanzado la nueva Galaxy Tab A8, la tableta con más prestaciones de su serie Tab A. Con un diseño delgado y ligero, la nueva Galaxy Tab A8 ha sido diseñada para facilitar una buena experiencia portátil para "aprender, divertirse y estar conectados".



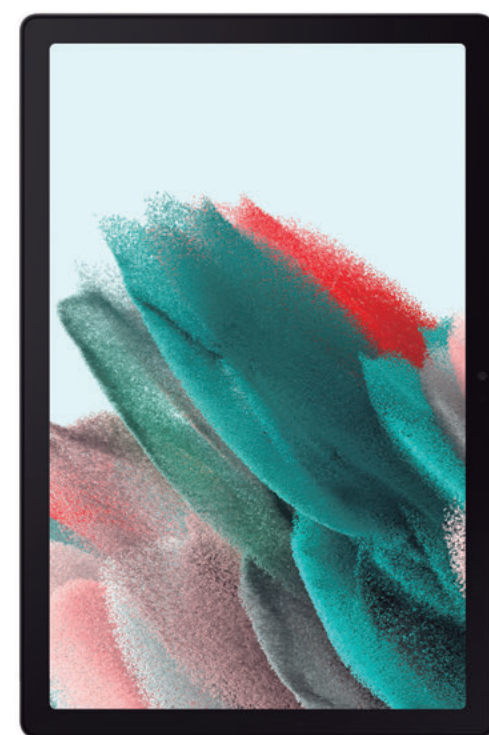
En un mundo en el que el trabajo remoto y el aprendizaje

online se han convertido en lo habitual, las tabletas se han convertido en un dispositivo indispensable para mucha gente", explica Matthew Leem, vicepresidente de marketing global de marca de MX (Mobile eXperience) en Samsung Electronics.

La pantalla de 10,5", con marco delgado y 16:10, ofrece una relación de 80 % de pantalla con respecto al cuerpo, que ofrece una experiencia de visualización más envolvente. En cuanto al sonido, cuenta con cuatro altavoces con Dolby Atmos que le otorgan la calidad necesaria para las videoconferencias.

Con varias opciones de almacenamiento (32 o 64 GB) y, por primera vez, 128 GB, permite añadir una tarjeta micro SD para disponer de hasta 1 TB de espacio de almacenamiento. Permite 3 o 4 GB de RAM y cuenta con batería de 7.040 mAh con carga rápida de hasta 15 W.

Con el foco puesto en la educación online, cuenta con cámara trasera de 8 MP y cámara frontal de 5 MP, con la nueva prestación de grabación de pantalla para que los estudiantes y profesores puedan registrar las clases. Además, para realizar múltiples tareas de forma más sencilla y eficiente, los usuarios pueden dividir la pantalla en dos, y utilizar dos aplicaciones simultáneamente. También pueden añadir una ventana emergente con la prestación Multi-Active Windows. 



Samsung
Tel.: 91 714 36 00

Shuttle lanza nuevos *barebones* compactos para estaciones de trabajo y servidores

Shuttle ha ampliado su oferta de *barebones* con el lanzamiento en el mercado europeo de tres nuevos modelos Shuttle Mini PC, en formato cubo, dirigidos a usuarios profesionales con altos requisitos de CPU, RAM, gráficos y espacio para memoria.



Pertenecientes a la serie XPC, se trata de los modelos SH570R6, SH570R6 Plus y SH570R8 para procesadores Intel Core de 11ª y 10ª generación, que se basan en el chipset Intel H570. Permiten instalar hasta 128 GB de RAM

repartidos en cuatro ranuras, de acuerdo con lo que soporte el procesador. En cuanto al disco duro, la ranura M.2-2280 permite montar SSD NVMe y, gracias a los cuatro puertos SATA, se pueden instalar unidades de disco o SSD.

La caja R6, por su parte, ofrece espacio para dos unidades de 3,5" (una interna, y otra externa) y otra de 5,25"; el modelo R8, en cambio, permite integrar cuatro discos internos de 3,5" que se pueden usar también con el formato de 2,5". Los tres modelos se distinguen por su tamaño, fuente de alimentación o sistema de refrigeración. El modelo SH570R6 tiene un tamaño de 2× 3,5" + 1× 5,25" y fuente de alimentación de 300 vatios (80 PLUS Bronze). Por su parte, el modelo SH570R6 Plus tiene un tamaño 2× 3,5" + 1× 5,25" y una fuente de alimentación de 500 vatios (80 PLUS Gold). Y, por último, el tamaño del SH570R8 es de 4× 3,5" y cuenta con un sistema de refrigeración adicional para unidades de disco y fuente de alimentación de 500 vatios (80 PLUS Gold).

Los tres modelos cuentan con sistema de refrigeración por *heatpipe* que expulsa el

calor generado por el procesador directamente fuera de la caja a través de cuatro *heatpipes*.

Los modelos H570 son los primeros de su serie que disponen de la conexión Remote Power On, así como de la conexión de cuatro clavijas conocida de la familia "XPC Slim" en la parte posterior de los equipos para su encendido remoto. 



Shuttle
shuttle.eu

Experiencia, calidad e innovación

TU MAYORISTA DE CONFIANZA



MÁS DE
30 AÑOS
CONTIGO



AMPLIO
PORTFOLIO



DMI PRO



LOGÍSTICA



DROPSHIPPING



EQUIPOS
A MEDIDA



4
DELEGACIONES



CALIDAD Y
MEDIO
AMBIENTE



CALCULADORA
PVP



ÁREA WEB
PRIVADA



TU MAYORISTA
DE CONFIANZA

www.dmi.es



El portal de la digitalización para Pymes

Ponemos a tu disposición un **amplio catálogo de soluciones** para tu empresa. Además, contamos con los partners perfectos para acompañarte en el proceso. Haz crecer tu negocio con la asesoría de nuestros expertos.

Descubre cómo beneficiarte de los fondos Next Generation. Toda la información para **conseguir subvenciones públicas** para tu negocio.



CONSULTORÍA
TECNOLÓGICA

IMPLANTACIÓN
DE SOLUCIONES



FORMACIÓN
Y CURSOS

AYUDA EN FONDOS
Y SUBVENCIONES



Visita nuestra web: www.yourtechexperience.com
Para más info: yourtechexperience@esprinet.com