



linkedin



twitter



newsbook.es

>> La revista del distribuidor informático

Newsbook

Tat
editorial

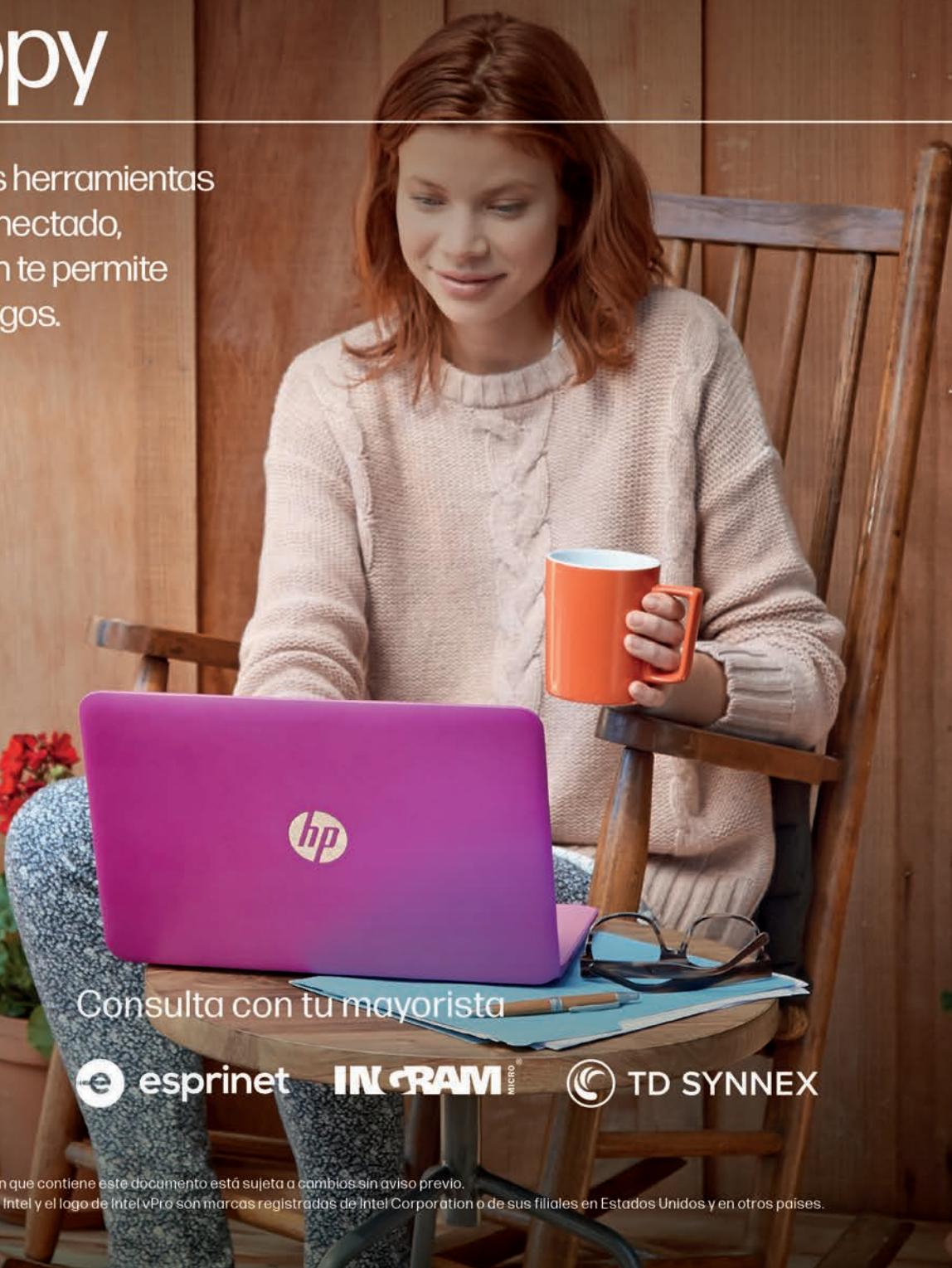
Año XXIX N° 301 Febrero 2023

0,01 Euros

Trabaja más feliz con HP.

Work Happy

HP e Intel te proporcionan las herramientas que necesitas para estar conectado, productivo y seguro. También te permite divertirte con tu familia y amigos.



Consulta con tu mayorista



con **intel**®



esprinet



INGRAM
MICRO



TD SYNNEX

¿Nos sigues
en
LinkedIn 



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

Newsbook

Tai
editorial

Año XXIX Nº 301 Febrero 2023

0,01 Euros

La pyme, que crece un 13,3 %, motor del negocio

El negocio mayorista mantiene la senda alcista en 2022 con un crecimiento del 4,3 % en España

Son datos de la consultora Context. En 2022 los mayoristas facturaron 7.000 millones de euros en España, lo que supone un incremento del 4,3 % en relación a 2021. "Se ha crecido un poco menos de lo que preveíamos, que era en torno al 5 %, pero este dato es muy bueno, porque veníamos de dos años de altos crecimientos", valora Elena Montañés, country manager de Context en España y Portugal. El mejor



comportamiento correspondió al canal que se dirige a la pyme, que vio crecer su negocio un 13,3 %. Según los datos de la consultora, el canal dirigido a la Administración Pública y a las grandes empresas elevó su facturación un 7,2 % con ascensos en todos los trimestres. Sumados ambos segmentos empresariales su peso ya alcanza el 64 % del negocio del mayoreo. **N**

Sigue en pág. 14



Fujitsu cumple 50 años en España

"En España siempre ha existido una estrategia de progresar de manera continua en nuestras capacidades"



Ángeles Delgado,
presidenta de Fujitsu
en España

Fujitsu suma cinco décadas en España en este 2023. Un largo periodo en el que la multinacional ha convertido a la filial española en un enclave estratégico para sus inversiones. Ángeles Delgado, que lleva al frente de la filial desde 2011, señala que la estrategia que se ha desplegado en España, la enorme credibilidad y la consistencia en la ejecución "son claves para la inversión en nuestro país". Han sido cinco décadas en las que la compañía, al ritmo que marcaban las exigencias del mercado, ha llevado a cabo una progresiva transformación, en la que áreas como el big data, el 5G privado, la computación cuántica o la ciberseguridad se han revelado protagonistas. **N**

Sigue en pág. 11



El valor del dato sigue su ascenso imparable

Los datos. Un bien preciado para las empresas pero también para los malhechores digitales. El alto valor de la información que ofrecen los ha convertido en objeto de deseo para ambas partes. Por ello, su gestión y protección eficaz se ha convertido en el principal reto de las organizaciones. **N**

Sigue en pág. 26



Protección contra los hackers

IDC prevé un crecimiento sostenido del 8 % para el mercado de la seguridad en España hasta 2024. Una previsión que señala, tanto la excelente salud de este mercado, como la necesidad de seguir mejorando para protegerte contra los "malos" que siguen progresando en las amenazas. En un escenario en el que el consumo en la nube ha aumentado y se han consolidado los entornos híbridos, la zona de exposición ha aumentado y, con ella, los peligros. ¿Cómo se presenta este 2023 en materia de amenazas e inversiones? **N**

Sigue en pág. 18



Prohibido decir "crisis"

Aunque no son tiempos fáciles, ni siquiera para la lirica, siempre hay espacio para la esperanza. Y más cuando el año apenas ha arrancado. Pintábamos al principio de 2022 un año complicado, que ha sido, a pesar de todas las dificultades un buen año para el sector. Según los datos de la consultora Context, el negocio de los mayoristas en España creció un 4,3 % el pasado año con el segmento empresarial ejerciendo de motor.

Las pymes, los héroes de nuestra economía, fueron las grandes protagonistas. El negocio de los distribuidores que las surten creció por encima del 13 %. Un ascenso poco influido, además, por los fondos NextGenerationEU que bajo el formato del Kit Digital han tenido poca repercusión, al menos de momento, en la inversión tecnológica de estas empresas. Según los datos aportados por Red.es, la entidad gubernamental que rige su ejecución, a finales del pasado año "solo" se habían concedido 600 millones de euros de los más de 3.600 millones proyectados. No claudiquemos; aún queda este año y el que viene. Tomémoslo como una oportunidad y como un impulso, aun mayor, a la inversión de estas empresas. Elena Montañés, *country manager* de Context en España y Portugal, asegura que la consultora solo observa crecimiento para estas compañías este año.

También pinta bien el año para los distribuidores que miran hacia la gran cuenta y la Administración Pública. Su negocio el pasado año creció un 7,2 % y la previsión es que así siga este año. El segmento público sí que ha notado la ejecución de los fondos europeos. En el último tramo del año el número de licitaciones creció como la espuma y este año la inversión debe continuar a un ritmo parecido; lo que suma más optimismo a nuestro sector.

El único pero que se vislumbra es en el entorno del consumo. Los excepcionales crecimientos experimentados en 2020 y 2021 no han podido repetirse este año. El panorama económico, social y sanitario es diferente, lo que ha derivado las inversiones de los consumidores hacia otros campos. El ascenso, casi intolerable de la energía, junto a la inflación tampoco han ayudado. Sin embargo, si bien durante este primer tramo del año la situación se pinta similar, los principales actores tecnológicos en este apartado ya hablan de una cierta recuperación en la segunda parte del año.

Las previsiones de Context apuntan hacia el crecimiento, quizás menor que el cosechado en 2022, en torno al 3 %, pero crecimiento al fin y al cabo, y en todos los casos superior al que los principales organismos económicos marcan para España. En el caso del Fondo Monetario Internacional (FMI), nuestra economía crecerá un 1,1 % y se moderará la inflación, que se situará en torno a un 3,7 %. Una previsión que en el caso del Banco de España se sitúa unas décimas superior (1,4 %) y también la inflación, que el organismo coloca en un 5,6 %. Por último, el Instituto de Estudios Económicos (IIE) prevé el crecimiento en un 1,2 %. La previsión del Gobierno, como es lógico, es la más optimista: un 2,1 %.

Por tanto, está prohibido mentar a la crisis en el canal. Optemos por términos mejores como oportunidad y esperanza. Sí, a pesar de los recortes de plantilla anunciados por algunos gigantes, el sector tecnológico permanece como una de las "niñas bonitas" de nuestra economía. Que seguro que crece. ☺

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 Cía, para la Empresa Servixmedia S.L., empresas colaboradoras del responsable que tratarán los datos con las mismas finalidades. Siendo conservados mientras 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

Fujitsu



11

Ángeles Delgado,
presidenta de España

En profundidad

Context



14

Análisis detallado del
negocio mayorista en 2022
en España

En Portada

Mercado de la
seguridad



18

Panorama de amenazas y
previsiones de inversión

Canal

MAXHUB amplía su canal en España
[Pág. 6](#)

Marco Huertas dirigirá la estrategia de
[DMI Pág. 7](#)

Arrow suma a **Synopsys** a su cartera de fabricantes
[Pág. 8](#)

Las pantallas de **PPDS**, en la oferta de
[MCR Pág. 9](#)

Actualidad

Sage prevé la creación de pymes en
España [Pág. 10](#)

En portada

Gestión del dato [Pág. 26](#)

El secreto de trabajar de manera eficaz
este valioso activo para sacarle el mayor
rendimiento

En profundidad

Intel [Pág. 23](#)

Norberto Mateos analiza la actualidad
de la compañía

IBM [Pág. 24](#)

IBM Partner Plus: nuevo programa de
canal

Adenda [Pág. 30](#)

Analís de la adenda del Plan de
Recuperación

IAMCP [Pág. 32](#)

Últimas iniciativas de la asociación de
partners de Microsoft

HPE [Pág. 34](#)

Alfredo Yepez inaugura etapa en la filial
española

Ferias

CES [Pág. 35](#)

Nueva edición de la feria

Newsbook

Síguenos en @newsbook_tai

DIRECTORA

Marielés de Pedro • mariles@taieditorial.es

REDACCIÓN Y COLABORADORES

Rosa Martín • r.martin@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

directorTIC

tpvnews

PYMES

Negocios

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



FIPP
FEDERACIÓN
INTERNACIONAL DE LA
PRENSA PERIODICA

DISTRIBUCIÓN

CIBELES MAILING, S.A.

C/ Torneros, 12-14 (Pol. Ind. Los Ángeles)
28906 - Getafe - Madrid
Telf. 91 684 37 37

DEPÓSITO LEGAL

M-20480-2002
Impreso en
papel ecológico



ISSN

1696-6147



Las soluciones de impresión de Brother para empresas se han reforzado para adaptarse a cualquier entorno profesional que precise trabajar de forma segura y eficiente.

Este es el...

ESPACIO DE TRABAJO BY BROTHER

brother.es



MAXHUB amplía su red de distribución con DMI, Aryan y Synetech

MAXHUB está afianzando su presencia en España con el impulso a su red de distribución a través de la incorporación de DMI, Aryan y Synetech. El objetivo de estos acuerdos es mejorar el posicionamiento de sus paneles interactivos y crecer tanto en España como en Portugal ya que esta colaboración se extenderá al país vecino.



Estamos encantados de poder llevar a cabo estas asociaciones ya que consideramos que cada una de estas

empresas complementa a la perfección a nuestra compañía y serán claves para nuestro desarrollo en el mercado español este año", destacó Álvaro Ausín, *national sales manager* de MAXHUB.

Para DMI esta alianza le permitirá ampliar su oferta con "soluciones orientadas a mejorar la interactividad en aulas de enseñanza, salas de reuniones, salas de conferencia y cualquier entorno en el que se requiera mantener una comunicación interactiva fluida y sin barreras", destacaron fuentes del mayorista. "Es

un mayorista atractivo y muy alineado con las necesidades estratégicas de MAXHUB", añadió Ausín sobre DMI.

El acuerdo con Aryan, que dispone de un equipo comercial muy bien formado y con un conocimiento de las soluciones muy avanzado, le permitirá "establecer una relación muchísimo más estrecha con el cliente, fundamental para la implantación de MAXHUB en el mercado. Del mismo modo, resulta realmente sencillo establecer las líneas de desarrollo conjuntas y establecer un entorno de colaboración real", resaltó el responsable de MAXHUB Iberia. La alianza con Synetech, un especialista AV con un



amplio enfoque en la accesibilidad a la digitalización, le permitirá profundizar en el entorno de la empresa con sus paneles interactivos.

Como parte de estos acuerdos se habilitará una zona demo en cada uno de los mayoristas para que los clientes puedan probar las soluciones. **N**

MAXHUB
maxhub.com

DMI
dmi.es

Synetech
synetechworld.com

Ingram Micro trabaja ya en la 20º edición de su Simposium

Este 2023 el Simposium anual de Ingram Micro alcanzará su 20º edición. Una edición especial que se celebrará el 19 de octubre en la Cúpula de las Arenas en Barcelona y en cuya organización ya está trabajando el mayorista.

El Simposium 2023 reunirá a más de 2.500 profesionales del canal y más de 100 expositores que presentarán las últimas novedades en ámbitos como el *cloud*, *core business*, gestión de datos o ciberseguridad, entre otros. La 20º edición del encuentro anual de Ingram Micro será

una nueva oportunidad para que los asistentes entren en contacto con las empresas y proveedores del sector IT.

Josep Hilari, director de Marketing e Innovación Digital de Ingram Micro, ha asegurado que el mayorista está trabajando para ofrecer un evento sorprendente. "Estamos seguros de que en esta edición habrá una mayor demanda de asistencia por tratarse de un Simposium que romperá lo que hemos visto hasta ahora", resaltó. **N**

Ingram Micro
www.ingrammicro.es



Para profesionales del canal de distribución TIC



Para los gerentes de la pyme



PUBLICACIONES



Para C-Level de mediana y gran empresa



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



Para los CISO de las compañías



DMI Computer ficha a Marco Huertas para su dirección general



Marco Huertas,
director general de DMI

Huertas cuenta con una amplia experiencia adquirida en sus más de 30 años trabajando en diferentes empresas de la distribución mayorista. Esta experiencia y su conocimiento del mercado

dica que mantendrá "todo aquello que aprecian nuestros clientes, actualizaremos procesos en partes que hoy lo requieren y aprovecharemos las oportunidades del mercado que nos permitan crecer e innovar". Una de las vías para seguir creciendo es el negocio

Marco Huertas se ha incorporado a DMI como nuevo director general. Este nombramiento se enmarca dentro del nuevo plan estratégico del mayorista y tiene como objetivo convertirle en la mejor opción para sus clientes y fabricantes.

serán sus principales bazas para desarrollar los nuevos planes de DMI. El directivo confirma que su nombramiento es un paso más para la evolución del negocio y lograr ser el "mejor mayorista del mercado". Para lograr este ambicioso objetivo mantendrá sus principales líneas de acción que son "la cercanía, el entendimiento y el buen hacer". Huertas in-

profesional que se engloba en su división DMIPro. El directivo señala que la división ha ido mejorando su propuesta de soluciones para diferentes verticales pero todavía queda mucho por hacer en este terreno. "Explorar todas las alternativas que nos ofrece el mercado actual y seleccionar las mejores será lo más importante en DMIPro".

A pesar de las dificultades geopolíticas y el incremento de los costes financieros que afectan al consumo con los que ha comenzado el año, DMI afronta el ejercicio con un moderado optimismo. "Vemos grandes oportunidades en el canal profesional y en la incorporación de nuevas marcas. Somos una compañía ambiciosa y competitiva, 2023 será nuestro mejor año", recalca el directivo. 

DMI
dmi.es

V-Valley amplía su oferta con las soluciones de Quantum

V-Valley ha incorporado a su oferta las soluciones de Quantum, una plataforma que suministra soluciones de software integrales para almacenar, gestionar, enriquecer y archivar datos no estructurados a lo largo de todo el ciclo vital.

Según contempla el acuerdo de distribución, los clientes de V-Valley podrán acceder a todo el *portfolio* de productos de Quantum con especial foco en las soluciones destinadas a la protección de datos y *backup* como son Tape Automation (Scalar), Deduplication Appliances (DXi) y Object Storage (Activescale).

Quantum proporciona valor a los datos, generando información útil para la toma de decisiones de la compañía. Facilita el análisis y el enriquecimiento de los datos, el almacenamiento, la gestión y la protección de los mismos.

Roberto Alonso, *head of sales & marketing cloud & software area* en V-Valley, destacó que "incorporar a Quantum y reforzar y ampliar su canal es una apuesta clara y lógica en nuestra estrategia para ayudar a nuestros clientes en una parte tan crítica e importante como la gestión de los datos".

Por su parte, Mauro Ballerini, *vp SEMEA and Eastern Europe Quantum*, añadió que "este acuerdo representa un gran paso en nuestra estrategia de expansión. Ahora contamos con la extensa red de clientes de V-Valley para ofrecer nuestra propuesta de soluciones que ayudan a las organizaciones a almacenar, administrar, proteger y enriquecer sus datos a lo largo de todo el ciclo de vida".

V-Valley
v-valley.es



Roberto Alonso,
head of sales & marketing cloud
& software area en V-Valley

Arrow ha firmado un acuerdo de distribución con Synopsys para el mercado europeo

Arrow ha firmado un acuerdo de distribución con Synopsys para el mercado europeo. Esta alianza permitirá que los *resellers* de la región de EMEA puedan acceder al *portfolio* completo de aplicaciones (AppSec) de Synopsys Software Integrity Group.



Arrow ofrecerá los servicios y soluciones de Synopsys, integrándolos en flujos de trabajo DevSecOps y ayudando a garantizar una experiencia óptima para el cliente. Según contempla el acuerdo, los *resellers* podrán comercializar la cartera de soluciones de Synopsys entre las que figuran Coverty, diseñada para el análisis estático, preciso y escalable que ayuda a los equipos de desarrollo y seguridad a tratar los defectos de seguridad y calidad en las primeras fases del ciclo de vida de desarrollo del software; Black Duck, un software SCA que ayuda a los equipos a gestionar los riesgos de seguridad, calidad y cumplimiento de licencias derivados del uso de código abierto y de terceros en aplicaciones y contenedores; y WhiteHat Dynamic, que identifica con rapidez y precisión vulnerabilidades en sitios web y aplicaciones.

Esta oferta se completa con otros productos como Polaris Software Integrity Platform, Code Dx, Defensic, Seeker y Code Sight. "Ampliar nuestro negocio a través del canal es una de nuestras principales prioridades estratégicas. Este acuerdo con Arrow demuestra el continuo impulso y crecimiento que esperamos gracias a ampliar aún más el alcance de nuestras soluciones de seguridad de aplicaciones globales a través del canal de cara al futuro", destacó Tom Herrmann, vicepresidente de canales globales y alianzas dentro de Synopsys Software Integrity Group. Alexis Brabant, vicepresidente de ventas en EMEA para la división de negocio Enterprise Computing Solutions de Arrow



Alexis Brabant,
vicepresidente de ventas en EMEA para la división
de negocio Enterprise Computing Solutions de Arrow

Solutions, declaró que "la combinación de una oferta tan completa de soluciones de seguridad de aplicaciones de Synopsys y el alcance de Arrow en el mercado de EMEA ofrece al canal un potente *portfolio* de soluciones para sus necesidades".

Arrow
arrow.com/ecs/es

Valorista, nuevo mayorista autorizado de Microsoft para la distribución de licencias digitales de Office

Valorista ha firmado un nuevo acuerdo con Microsoft para convertirse en mayorista autorizado para la distribución de licencias digitales de Office. Esta nueva alianza refuerza su asociación con el fabricante y abre una nueva etapa en su relación comercial de hace varios años.

Diego Colón, CEO de Valorista, señala que "gracias a esta unión abrimos un ciclo donde vamos un paso más allá. Es el camino natural después de varios años con un crecimiento exponencial en las ventas de licencias Microsoft. Reforzamos así la relación con el fabricante más relevante de software del mercado".

Por su parte, Juan Antonio Monge, responsable de producto en Valorista, resaltó que este acuerdo "ejemplifica lo que tratamos de transmitir hacia el canal. Estamos siempre en continua búsqueda de mejorar nuestro *portfolio* y condiciones para trasladar un mayor valor a nuestros clientes".

El responsable recalcó también que Microsoft es el "partner perfecto al cual unirnos, dado que compartimos los mismos valores y las mismas ganas de trabajar por mejorar el canal de distribución".

El trabajo híbrido está impulsando la demanda de dispositivos que necesitan una licencia original de Microsoft. Por este motivo, Valorista es una figura esencial dentro del canal ya que ofrece diferentes herramientas a sus clientes para facilitar la adquisición de los productos de Microsoft OEM digitales.

"Con este acuerdo consolidamos la excelente relación que hemos construido con Valorista durante años de trabajo conjunto, facilitando el acceso a nuestros productos a toda su cartera de clientes", añadió Jesús Redondo, director de ventas de dispositivos en Microsoft para España y Portugal.

Valorista
valorista.com

MCRPRO incorpora a su oferta las soluciones de PPDS

MCRPRO ha firmado un acuerdo con Philips Professional Display Solutions-PPDS para comercializar su gama de monitores profesionales. Según contempla el acuerdo, al catálogo de MCRPRO se sumará toda la oferta de PPDS que incluye las series interactivas T-Line y las soluciones para *digital signage* como Q-Line, D-Line, P-Line y H-Line. Además de otras novedades de las series LED X-Line, de S-Line y la serie T-Line.

El mayorista también comercializará las soluciones de las líneas C-Line y X-Line para entornos de colaboración y la serie E-Line de pantallas interactivas para el sector de la educación. "Esta alianza nos permitirá ofrecer a nuestros clientes una amplia gama de soluciones muy competitivas y de calidad para dar respuesta a una demanda cada vez más creciente en proyectos globales que requieren de una completa y fácil integración", comenta Pedro Quiroga, CEO de MCR.

Por su parte, Enrique Hernández, director B2B en MCR, destacó que el acuerdo proporciona "un nuevo canal estratégico para el desarrollo de nuestro negocio con una amplia oferta de pantallas profesionales equipadas con lo último en innovación tecnológica. Sin duda, se adaptan perfectamente a la elevada demanda, tanto para integradores AV como IT, gracias a su aplicación en proyectos centrados en verticales tan



Enrique Hernández, director B2B en MCR, **Pedro Quiroga**, CEO de MCR; y **César Sanz**, sales director de Iberia de PPDS

importantes como *signage*, *corporate* y *educación*". César Sanz, sales director de Iberia de PPDS, destacó que su oferta "proporciona soluciones avanzadas de hardware y software para cada tipo de negocio, en entornos corporativos, *retail*, espacios públicos o educación, entre otros". Y añadió sobre el

acuerdo que proporciona "un nuevo canal de venta de nuestro producto, con una importante imagen y una visión global para satisfacer la creciente demanda del mercado". **N**

PPDS
ppds.com

MCR
mcr.com.es

Wifidom se une al canal de distribución de TP-Link

TP-Link ha sellado un acuerdo de distribución con Wifidom para acercar sus soluciones de red integrales al mercado de la pyme, WISP e ISP en España. Esta alianza tiene un doble objetivo. Primero, ofrecer a los clientes actuales y futuros de ambas compañías las soluciones más completas para la gama enterprise poniendo el foco en la comercialización de su plataforma Omada SDN. El segundo objetivo es desarrollar los productos ISP para operadores y dar cobertura y apoyo a los clientes para comenzar sus proyectos e iniciativas.

"Con esta colaboración dotamos a nuestro canal de una figura de valor que acompaña a los partners en el desarrollo del negocio y les permite abordar empresas



que requieren de un alto nivel de colaboración técnico-comercial", ha comentado Juan Sanz, distribution sales director de TP-Link España. Por su parte, José María Martínez, director general de Wifidom, espera que en un par de años "TP-Link se convierta en uno de nuestros principales proveedores". El directivo ha explicado que "se está trabajando ya en un plan de negocio conjunto que integrará certificaciones para partners, webinars, eventos, casos de éxito, plan de marketing digital y otras acciones". **N**

TP-Link
tp-link.es

Wifidom
wifidom.com

Sage prevé que se creen 63.000 pymes en España hasta 2025



José Luis Martín Zabala,
director general de **Sage** para España y Portugal

Los datos extraídos del informe, el cual analiza el papel de las pymes en Alemania, España, Estados Unidos, Francia, Irlanda, Portugal y Reino Unido, suponen un aumento interanual del 0,8 % de media. En conjunto, el crecimiento medio interanual de este tipo de empresas se situará en el 1,7 % en los ocho mercados estudiados.

La contribución económica de las pymes también se mantendrá en estos años. Una contribución que se prevé que alcance los 317.200 millones de euros en 2025, cantidad que supondrá el 58,1 % del VAB empresarial español. Este pronóstico está relacionado con la tasa media de crecimiento interanual, prevista desde 2021, del 1,5 %.

En cuanto a las previsiones para 2023 vienen marcadas por la ralentización en el crecimiento de las pymes debido a la crisis inflacionista. Sin embargo, las cifras de crecimiento del 0,7 % y del 0,6 % en el número de pymes y contribución, respectivamente, previstas para este año demuestran que las pequeñas y medianas empresas seguirán siendo resistentes a pesar de las negativas perspectivas económicas.

José Luis Martín Zabala, director general de Sage para España y Portugal, ha asegurado que, sin subestimar los retos a los que tienen que hacer frente los pequeños negocios, "las pymes están preparadas y bien posicionadas para adaptarse a este panorama cambiante". Zabala ha comentado que "es alentador ver que estas empresas siguen teniendo un rol fundamental para impulsar el crecimiento de las economías a nivel global".

El número de pymes en España se incrementará en 63.000 en los próximos tres años, alcanzando los 2.763.600 en 2025. Así se desprende del estudio "SMBs driving economy recovery", elaborado por Sage en colaboración con CEBR (Centre for Economic and Business Research).

La digitalización como palanca

En la recuperación económica de España la aceleración de los procesos de digitalización e innovación

de las pymes es fundamental. Para impulsar la transformación digital de estas empresas destacan ayudas como los fondos NextGenerationEU y el Kit Digital. Programa que Sage complementará con su propio plan de ayudas.

La iniciativa de la compañía permitirá a las pymes acceder a préstamos a fondo perdido y a servicios de consultoría. De esta manera Sage pretende contribuir a la capacitación tecnológica de las pequeñas y medianas empresas. "Es fundamental aumentar los esfuerzos para que las pymes puedan contar con las mejores soluciones digitales, acceso a financiación, recursos e infraestructuras de nivel que permitan acompañar las positivas previsiones y transformarlas en éxito", ha explicado Zabala. **N**

Sage
sage.es

El Estado incrementará un 12 % el gasto en tecnología en 2023

La Administración General del Estado tiene previsto aumentar en casi un 12 % el gasto destinado a tecnología, según indica el análisis realizado por AdjudicacionesTIC de los Presupuestos Generales del Estado 2023. Esto supone que el Estado español gastará casi 250 millones de euros más que en 2022, pasando de los 2.085 millones de euros del ejercicio anterior a los 2.334 millones de euros de este año.

El análisis de AdjudicacionesTIC subraya especialmente el crecimiento que experimentará el capítulo de inversiones, que se incrementará en un 18,23 %, alcanzando los 1.323 millones de euros. También crecerá un 4,69 % en el capítulo de gastos corrientes, llegando a los 1.011 millones de euros.

Por otra parte, los gastos e inversiones del Mecanismo Europeo de Recuperación y Resiliencia previstos para 2023 representan un 35 % del total de los presupuestos de tecnología y ascenderán a los 1.270 millones de euros.

"La partida destinada a tecnología en los presupuestos de 2023 para la Administración General del Estado son extraordinarios, con un importante crecimiento en el capítulo 6 de inversiones. Esto nos da una información exacta de qué organismos disponen de cuánto para gastos e inversiones en informática y comunicaciones durante el ejercicio, algo que nos facilita focalizarnos en las actuaciones que esos organismos van a ejecutar y que nos permite hacer estimaciones de venta, siempre teniendo en cuenta el carácter expectativo más que predictivo de los mismos", explica María Pérez, analista senior en AdjudicacionesTIC.

AdjudicacionesTIC
adjudicacionestic.com

Fujitsu cumple 50 años en España

"La visión estratégica, la enorme credibilidad y la consistencia en la ejecución son claves para la inversión en España"

Fujitsu suma cinco décadas en España en este 2023. Un largo periodo en el que la multinacional ha convertido a la filial en un enclave estratégico para sus inversiones. Ángeles Delgado lleva al frente de la filial desde 2011. Más de una década en la que la compañía, al ritmo que marcaban las exigencias del mercado, ha llevado a cabo una transformación, donde áreas como la inteligencia artificial, el *big data*, el 5G privado, la computación cuántica o la ciberseguridad se han revelado protagonistas.



Fujitsu cumple 50 años en España en este 2023. Han sido cinco décadas en las que la compañía ha demostrado su compromiso con España; que siempre ha sido país de referencia con inversiones tan críticas como el centro de excelencia en analítica de datos e inteligencia artificial para Europa, el centro de datos de computación en la nube, la única división de I+D en Europa o la factoría de software de aplicaciones de Sevilla. ¿Qué explica esta apuesta? ¿Por qué España?

Aunque hay una razón histórica, ya que fue el primer país donde Fujitsu se expandió fuera de las fronteras de Japón; la razón principal es la confianza y la credibilidad en España. Un aspecto fundamental para atraer las inversiones es nuestro plan estratégico: somos una compañía global pero que entiende muy bien la adaptación a los distintos mercados. Nuestra visión estratégica y, sobre todo, la enorme credibilidad y consistencia en la ejecución son elementos fundamentales para la atracción de inversión a España. Ha habido siempre una estrategia proactiva de ir progresando continuamente en nuestras capacidades. Por supuesto, hubo momentos complicados que la compañía superó gracias a la confianza que se tenía en el equipo de España.

¿Será posible seguir atrayendo inversiones a nuestro país?

Por supuesto. España tiene una oportunidad importantísima en las dos grandes transformaciones. La digital, acelerada en la pandemia, y ahora gracias a los fondos europeos, que estamos viendo sobre todo en el área pública; y la energética, por el peso que tenemos en las renovables, en el gas natural licuado o en el hidrógeno, donde contamos con una colaboración empresarial con Japón. Si nos concentramos y hacemos bien las cosas, España puede tomar una mayor importancia geopolítica. En la filial española hemos desarrollado capacidades muy innovadoras, como es el caso de la inteligencia artificial o la 5G privada. También en computación cuántica. En el contexto europeo, España se ha posicionado de manera excelente para prestar servicios tecnológicos hacia otros países. La última inversión, iniciada hace dos años, ya se ha materializado en el Centro de Respuesta Temprana para atender desde España a clientes de otros países. Es área clave para el crecimiento, tanto en el *cloud* y la gestión del centro de datos como en ciberseguridad.

Marilés de Pedro

Ángeles Delgado,
presidenta de Fujitsu en España



Hemos vivido dos años, complicados, en los que la tecnología ha sido uno de los segmentos que han ayudado a sostener la economía y la continuidad del negocio de las empresas. Tras este periodo, ¿qué ha cambiado en Fujitsu?

En estos años se ha acelerado un proceso que ya estábamos aplicando. Cuando asumí la dirección general en 2011 pusimos en marcha un programa, "Rumbo a 2015", que luego tuvo su continuidad en "Rumbo a 2020". A pesar de las crisis, se estaba produciendo una transformación del mercado; lo que nos permitía empezar a transformarnos en una organización mucho más ágil, más empoderada, más colaborativa y en la que el estilo de liderazgo fuera mucho

EN PRIMERA PERSONA

más abierto. Por lo tanto, cuando llegó la pandemia, ya llevábamos muchos años trabajando todos estos aspectos; y nos cogió muy bien preparados. De hecho, somos el país del mundo que tiene la conexión con los empleados más alta, lo que está directamente relacionado con esta iniciativa: contamos con un NPS de 70 cuando la media del mercado en Europa está entre el 30 y el 40, lo que redonda en clientes satisfechos, área en la que también estamos seis puntos por encima del mercado.

En la actualidad contamos con un programa interno, de evolución, que incluye, entre otros aspectos, el cuidado de la salud de los empleados, la mejora del espacio de trabajo, el desarrollo del liderazgo, la puesta en marcha de unidades de negocio multidisciplinares o la implantación de procesos internos digitales y de un estilo de trabajo flexible. Sin lugar a dudas, estos procesos de transformación interna están directamente relacionados con la capacidad de dar satisfacción a los clientes.

Hablábamos hace tiempo de que las compañías tecnológicas tendían a homogeneizarse; algunas incluso a mimetizarse. No sé si, con el tsunami digital que estamos viviendo, este proceso se ha intensificado o, por el contrario, las empresas tecnológicas sí han sabido imprimir una mayor diferenciación. ¿Cuál es su visión? ¿En qué cree que es diferente Fujitsu?

Se ha producido una mayor diferenciación. En los orígenes de nuestro mercado, las tecnologías eran propietarias, lo que ya concedía esa diferenciación. Posteriormente, asistimos a procesos de integración y, después, de estandarización y poca diferenciación, lo que señaló la época de los sistemas abiertos. Con la digitalización esto ha cambiado radicalmente ya que hay que "construirla" con el cliente. Una premisa que exige ser mucho más que un mero brazo comercial. Hay que entender el negocio de los clientes, empatizar con sus necesidades y establecer lazos de colaboración. Y esto siempre ha formado parte del ADN de Fujitsu, lo que nos concede una enorme ventaja en este entorno digital. Digitalizar no es vender una tecnología digital; exige una diferenciación. Antes, en la época en la que primaba la tecnología muy estandarizada, en el momento en el que una com-

pañía era capaz de fabricar más barato podía tener su hueco en el mercado. Hoy en día, hablar de inteligencia artificial, de tecnologías cuánticas o biométricas o de 5G exige diferenciación e inversión en I+D. Es esencial saber conectar estas tecnologías digitales con la necesidad del negocio y estar cerca del cliente. Y es lo que va a diferenciar unas compañías de otras.

Entre los hitos del pasado año, la creación de unidades especializadas, como es el caso de la focalizada exclusivamente en el despliegue de proyectos con CaixaBank. La banca siempre ha sido foco de Fujitsu. Y la española siempre se ha enarbolado como ejemplo de transformación digital, pero tengo la sensación de que muchos procesos siguen siendo antiguos. ¿Qué falta por hacer en este apartado en España?

No cabe duda de que la banca ha sido uno de los sectores más intensivos en inversión en tecnología pero queda todavía muchísimo por invertir.

En el caso de CaixaBank el canal de autoservicio es estratégico. No lo consideran un mero dispensador de efectivo y están invirtiendo en la experiencia del cliente.

El sector de la banca debe seguir invirtiendo, por ejemplo, en la omnicanalidad, que debe ser una realidad. Y también en el área de las aplicaciones. Tras las inversiones que hicieron hace décadas, ahora cuentan con un entorno complejo, al que hay que dotar de flexibilidad y escalabilidad. Por último, son esenciales los datos. En general, en todas las grandes organizaciones que han llevado a cabo una enorme inversión, encontramos un alto nivel de dispersión de los datos, lo que dificulta su análisis.

Otra unidad especializada es la consagrada a la salud. Con la pandemia ha cobrado mayor relevancia la teleasistencia y los modelos en remoto. Y en el horizonte, no sé si "galáctico", una medicina 5P (personalizada, predictiva, preventiva, participativa y poblacional). ¿Qué proyectos destacaría en este apartado? ¿No va la tecnología (y la estrategia) muy por delante de la demanda en España?

La sanidad es otro de los campos donde el cambio de comportamiento, tras la pandemia, ha sido absolutamente radical. Y parte de ese cambio ha venido para quedarse. La salud tiene retos importantísimos y la tecnología es una de las soluciones para cumplirlos. En España tenemos un sistema de salud espectacular. Una de sus claves, aparte de la calidad de los sanitarios, es la efectividad que tenía el sistema de atención primaria. Ahora tiene una serie de retos y tensiones muy grandes. Primero, la demanda de sanidad ha aumentado; y no solo

“Digitalizar no es vender una tecnología digital; exige una diferenciación”

El pasado mes de diciembre desvelaba que los resultados de negocio eran muy positivos en España. Proyectaba que al final del año fiscal, el próximo 31 de marzo, el área de los servicios, que ya genera el 70 % de la facturación, acabaría con un 7 % de crecimiento, y los negocios vinculados con la seguridad y las áreas digitales duplicarían su volumen. ¿Se mantiene esta excelente previsión?

Sí. Vamos a acabar el año con esos resultados. El mercado, a nivel global, va a crecer en torno al 2 %, por lo que nuestro balance es muy positivo. Son muy significativos los crecimientos exponenciales en áreas como la ciberseguridad, el big data, analytics o la inteligencia artificial, donde vamos a crecer por encima del 200 %. Despegamos áreas nuevas como 5G privada por la que apostamos hace dos años. Ya hemos firmado dos proyectos, con la Zona Franca de Barcelona y con una compañía logística.

Otra de las áreas claves es la salud. Hemos liderado los dos primeros proyectos de genómica que hay en España, en la Comunidad de Murcia y en la de Madrid, que ya estamos ejecutando. La sanidad digital es un elemento imprescindible para resolver los enormes retos que tenemos en el área de la salud. En Fujitsu contamos con una unidad de negocio multidisciplinar.

Además hemos incorporado, entre nuestros clientes, al Servicio de Salud de Baleares, para desplegar todos los servicios, tanto de puesto de trabajo como de centro de datos.

Una de las áreas en las que queremos fortalecer nuestra presencia es el entorno de las aplicaciones, que es la principal demanda que hay en todos los sectores de mercado. Es un área donde hay mucho déficit de recursos.

por el envejecimiento de la población; también pesa el incremento de los enfermos crónicos pluripatológicos. Por otro lado, hay que sumar nuevas patologías, como es el caso de las enfermedades mentales. Un complejo panorama al que se une la falta de profesionales que ven que no se están destinando los recursos necesarios.

Evidentemente la tecnología es solo una parte de la solución, que exige una racionalización. Hay cuatro áreas de trabajo para la tecnología: la medicina genómica, que permitirá una mayor prevención. También el desarrollo de iniciativas de acompañamiento de pacientes, a través del uso de unas aplicaciones que permiten una mayor eficacia del sistema de salud.

Estamos creando un área de consultoría para los procesos clínicos para disfrutar de procesos pautados desde el punto de vista tecnológico. Y, por último, el despliegue de los cuidados remotos donde va a ser esencial, por ejemplo, la monitorización remota.

En el área de la salud, los datos son esenciales. Deberíamos contar con un gran banco de datos al que puedan acceder tanto la sanidad pública como la privada y todas las empresas que realizan su actividad en este sector. Esto en Japón ya se ha hecho.

Y, en otros órdenes, las tecnologías de procesamiento de lenguaje natural para ayudar a los médicos en la consulta, la teleasistencia o la aplicación de la computación cuántica, por ejemplo, al desarrollo de medicamentos.

El área de la justicia marca el desarrollo de AstrelA, que identifica la propuesta de valor para la digitalización inteligente de la justicia. Este sector es, sin embargo, y a pesar de los esfuerzos de las compañías tecnológicas, uno de los sectores más atrasados en materia de digitalización. ¿Por qué?

Hay que dar un impulso a la transformación digital de la justicia. En nuestro caso, por ejemplo, hemos tratado de impulsar la mediación electrónica que en España está muy poco implantada y que evita, según los casos, ir a juicio. También estamos ejecutando algunas aplicaciones como la textualización de los juicios o la inteligencia artificial para ayudar a los jueces.

Estos segmentos públicos son pieza clave en el negocio de Fujitsu, generando el 40 % de la facturación en España. Un segmento que seguirá recibiendo una gran parte de los fondos NextGenerationEU. ¿Qué valoración le concede a la ejecución de estos fondos? ¿Se ha notado en el negocio?

Mucho. El volumen de licitaciones, tanto en la Administración Central como en las autonómicas, ha sido enorme. Muchas comunidades, como Madrid y Andalucía, están creando órganos para gestionar su digitalización. Estamos viendo grandes proyectos en el área de la ciberseguridad, también en la construcción de grandes lagos de datos e incluso en el apartado de la tecnología cuántica. Hace muchos años que no veíamos en el sector público tal grado de proyectos y de innovación.

en la mejora del tráfico de las ciudades. Lo más importante de este proyecto es que los distintos sectores de la industria y los organismos públicos entiendan qué aplicación tiene. Y vamos a ver proyectos parecidos en otras Comunidades Autónomas.

El canal es pieza clave en Fujitsu. La compañía ha situado al canal como pieza clave para el despliegue del negocio; incluso en el área de los servicios, lo que nos retrotrae a estrategias que ya se aplicaban en Fujitsu Siemens Computers. ¿Es el mejor momento para que un partner forme parte de la compañía?

Sin duda. Fujitsu siempre ha tenido una vocación de *partnership* absolutamente consustancial, tanto con el canal de distribución como con compañías de otro tipo. Tienen que formar

parte de la cadena de valor.

Ahora bien, como ha sucedido con otras compañías tecnológicas, hay que reinventarse. Lo que aportaba el canal de distribución hace 30 años no tiene nada que ver con lo que tiene que aportar ahora. En España tenemos un canal muy potente, muy sólido, que ha pasado por ciclos muy diferentes y que está sabiendo aportar su valor a la cadena de la digitalización.

Y, de cara al nuevo ejercicio, que arrancará el próximo 1 de abril, ¿qué áreas van a ser prioritarias?

Vamos a seguir impulsando áreas donde vemos crecimiento como es la sanidad, la justicia digital o la 5G privada. Al Centro de Excelencia de BigData y Analytics le hemos incorporado inteligencia artificial para Europa y vamos a dar un gran impulso a las aplicaciones. Vamos a seguir incrementando la base de clientes, por ejemplo, en el área de los seguros, donde estamos fortaleciendo nuestra presencia, y vamos a dar un enorme impulso a las oportunidades que tenemos en nuestra proyección externa en el área de la ciberseguridad y en servicios de centro de datos y *cloud*. Va a ser clave la construcción del primer centro de ciberseguridad especializado en un sector concreto que va a ser la sanidad, que no existe en ningún país de Europa. 

Fujitsu
www.fujitsu.es

“Hace muchos años que no veíamos en el sector público tal grado de proyectos y de innovación”

Precisamente, uno de los últimos proyectos que se ha concedido a Fujitsu en esta área cuántica es el super ordenador cuántico que se ha instalado en el Centro de Supercomputación de Galicia (Cesga), en el campus de la Universidad de Santiago. ¿Qué aplicaciones reales se despliegan?

Va a ser el más grande de Europa. Es un proyecto en el que además de la infraestructura, vamos a diseñar un centro de excelencia en la utilización de las computaciones cuánticas. Va a estar conectado con la universidad para contar con estudiantes becados en estos temas y con el tejido industrial para promocionar, formar y diseñar casos de uso para sectores específicos.

Inmersos en un mundo en el que la eclosión de datos es enorme, esta tecnología realiza, a un nivel muy avanzado, cálculos combinatorios de los mismos que permiten, por ejemplo, la optimización de todas las carteras de activos de un banco o de la robótica de las líneas de producción de una compañía automovilística. También es vital en el diseño de un medicamento o

La pyme, que crece un 13,3 %, motor del negocio

Los mayoristas se mantienen al alza con un negocio que creció un 4,3 % en 2022 en España

Casi 7.000 millones de euros de facturación. Ese es el montante del negocio que ha movido el canal mayorista en España, según la consultora Context, el pasado 2022 y que supone un incremento del 4,3 % en relación a 2021. "Se ha crecido un poco menos de lo que preveíamos, que era en torno al 5 %, pero este dato es muy bueno, porque veníamos de dos años de altos crecimientos", valora Elena Montañés, *country manager* de Context en España y Portugal.

Marilés de Pedro

CONTEXT
www.contextworld.com

Tras el decrecimiento del primer trimestre, que se cifró en un 2,2 %; los siguientes trimestres se apuntaron al crecimiento: un 3,6 % en el segundo, un 9,4 % en el tercero y un 6,3 % en el trimestre que cerró el año. "Entre junio y octubre el negocio exhibió un crecimiento de doble dígito", explica. En el mes de noviembre el crecimiento fue del 6 % y en diciembre el ascenso se cifró en un 3 %. "El área de la empresa ha sido el segmento que ha tirado del negocio de los mayoristas, compensando la caída de consumo".

La pyme, el motor

El mejor comportamiento correspondió al canal que se dirige a la pyme, que vio crecer su negocio un 13,3 %. Los tres últimos trimestres apuntan crecimientos de doble dígito: un 14,8 %, un 25,4 % y un 12,7 %, respectivamente. Un excelente comportamiento que le ha permitido ganar cuota de participación en el negocio del canal mayorista: exactamente tres puntos. "2022 ha sido el año de la pyme", analiza. Un negocio que ya genera el 38 % de la facturación del canal mayorista en España. "La pequeña empresa no estaba digitalizada. Aunque el Kit Digital no ha funcionado como pensábamos sí ha hecho una función de promoción de la digitalización".

Crecimiento de los sectores industriales (2022)

Mercado de valor	
Software and Licences	16,2%
Warranties and Services	5,6%
Disk Storage	16,2%
Server Computing	19,8%
Networking Systems	31,9%
Data Center Networking and Security	11,5%
Displays	17,8%
Computing Components	37,2%
Wireless Networking	37,5%
Printing	-4,3%

La idea, valora, es muy buena aunque "no es fácil llegar a la pyme". En lo que se refiere a los segmentos que más han tirado entre estas empresas, aparecen el software y las licencias. Las soluciones de infraestructura de

Crecimiento por canales (2022)

<i>Small and Medium Reseller</i>	13,3%
<i>Retail Chain</i>	-6,0%
<i>Corporate Reseller</i>	7,2%
<i>Etailer Consumer</i>	-3,1%
<i>Etailer Business</i>	-9,5%
Total	4,3%

El negocio de los distribuidores que se mueven en el canal *retail* decreció un 6 % en 2022

red han crecido a triple dígito y la seguridad, tanto la física como la ciberseguridad, ha tenido un empuje muy importante. También las soluciones de colaboración: auriculares, micrófonos o altavoces portátiles. "Nuestra previsión es que este año la pyme seguirá invirtiendo".

Según los datos de Context, el canal dirigido a la Administración Pública y a las grandes empresas elevó su facturación un 7,2 % con ascensos en todos los trimestres: un 0,8 %, un 11,5 %, un 6,7 % y un 4,1 %, respectivamente. Montañés señala que la última parte del pasado año fue muy buena, con inversiones, sobre todo, en las áreas de la educación y de la sanidad. "Ha crecido el negocio relacionado con el software, la infraestructura, los servidores y el área del almacenamiento en los entornos del centro de datos", desvela. Es un área que ya genera el 25 % de la facturación del canal mayorista; lo que unido al peso de la pyme, eleva hasta el 64 % el porcentaje global del sector de la empresa que "ha ido creciendo en los últimos años".

El único canal que se dirige a la empresa que desciende es el *online*, con un descenso del 9,5 % (en el segundo trimestre la caída alcanzó el 30 %).

El canal del consumo

Los canales que se dirigen al consumo vieron retroceder sus ventas. En el caso de los distribuidores que se mueven en el canal *retail*, el negocio de-



Elena Montañés,
country manager de **Context** en España y Portugal

Acceda a la **entrevista completa**
desde el siguiente código QR

<https://newsbook.es/canal/en-context-somos-optimistas-el-sector-del-mayoreo-podra-seguir-creciendo-en-espana-este-ano-2023013199833.htm>



creció un 6 % en el año, con decrecimientos de un dígito en todos los trimestres. "La situación mejoró en el último tramo del año", valora. "La campaña de Navidad fue positiva. Había muchísimo stock en las tiendas, lo que provocó que hubiera muchas promociones, lo que tiró del consumo", analiza. "Sin embargo, seguimos muy impactados por la inflación y la incertidumbre económica, con el incremento del precio de la energía y de los tipos de interés; por lo que el consumidor se lo piensa antes de invertir". Una situación a la que hay que sumar la enorme inversión que hizo este consumidor durante los dos últimos años.

Mercado de valor

Con este panorama está claro que la evolución del mercado del valor, con los productos más enfocados a la empresa, ha sido extremadamente positiva, con un crecimiento del 16 %, lo que le concede una facturación de 2.155 millones de euros.

Todo el año se ha saldado con crecimientos: desde el 8,5 % del primer trimestre has-

ta el 12,8 % del segundo y el 26,3 % del tercero, para acabar el año con un 16,3 %. Solamente el negocio de la impresión ha sido la categoría que no ha crecido dentro de las Top 10, con un decrecimiento del 4,3 %. Especialmente destacados, a tenor de Context, son los ascensos del 37,5 % del *wireless*, el 37,2 % de los componentes o del

31,9 % de las redes. Los servidores crecen un 19,8 %, el almacenamiento un 16,2 % y el negocio del centro de datos relacionado con la seguridad y las redes un 11,5 %. El software y las licencias crecen un 16,2 % y las garantías y servicios un 5,6 %. Por su parte, el negocio de los monitores creció un 17,8 %.

EN PROFUNDIDAD

Por su parte, las ventas de los etailers y de las plataformas de comercio electrónico vieron decrecer sus ventas un 3,1 % el pasado año a pesar de que en el último trimestre, el único positivo, la facturación creció un 16,1 %.

Segmento de consumo

El mercado de volumen decreció un 1,3 %, con una facturación global de 4.690 millones de euros, a pesar de que en la segunda parte del año el volumen de negocio se mantuvo similar al segundo semestre de 2021.

Hay algunas categorías, como es el caso de los smartphones, que crecen un 2,3 %; los monitores, que ven elevada su facturación un 14,5 %; el segmento del audio y el vídeo, con un 9,6 %; y los PC de sobremesa, con un crecimiento del 6,6 %. Los accesorios para el entorno del PC crecieron un 0,9 %. En el lado de los descensos se ubican los dispositivos de movilidad en el ámbito del PC, con un 8 %, los consumibles de impresión, con un 6,6 %; o los wearables, con un 22,4 %.

Segmentos industriales

En la suma conjunta entre el negocio del valor y el consumo, son las soluciones vinculadas con las redes el sector industrial que mejor se comporta con un crecimiento del 47,5 %. Otros apartados con comportamientos muy positivos son el software y las licencias (16,2 %), los monitores (15,5 %), el hogar digital y oficina doméstica (29,4 %), las soluciones inalámbricas (20,9 %), las consolas de videojuegos (46,2 %), las soluciones de eficiencia energética (9,5 %) o la seguridad (22,9 %).

En el lado del decrecimiento, el área del PC vinculado con la movilidad (8,5 %), los consumibles (6,6 %), las soluciones de impresión (0,8 %), la electrónica (10,7 %), las comunicaciones unificadas (15,6 %) y las cámaras y videocámaras (16,6 %).

Crecimiento de los sectores industriales 2022

Mercado de volumen

Mobile Computing	-8,5%
Telecommunications	2,3%
Printing Consumables	-6,6%
Displays	14,5%
Desktop Computing	6,5%
Computing Components	-2,6%
Audio-Video Systems	9,6%
Computing Accessories	0,9%
Printing	0,8%
Wearable Devices	-22,4%

Crecimiento por canales (2022)

Trimestre	Q1-22	Q2-22	Q3-22	Q4-22
Small and Medium Reseller	2,4%	14,8%	25,4%	12,7%
Retail Chain	-7,7%	-5,1%	-7,7%	-4,1%
Corporate Reseller	0,8%	11,5%	10,4%	6,7%
Etailer Consumer	-12,2%	-20,9%	3,8%	16,1%
Etailer Business	2,9%	-30,1%	6,2%	-8,5%
Total	-2,2%	3,6%	9,4%	6,3%

Según los datos de Context, el canal dirigido a la Administración Pública y a las grandes empresas elevó su facturación un 7,2 % con ascensos en todos los trimestres

Panorama europeo

En el continente europeo el decrecimiento del 4,3 % del mes de diciembre ha provocado que el ascenso del último trimestre haya sido del 1,1 %, muy por debajo de lo esperado. La previsión era acabar el año con un crecimiento del 3,7 % pero el ascenso final se ha cifrado en un 2,8 %. "Diciembre ha sido un mes complicado en muchos países", valora.

El crecimiento de España está en consonancia con Francia, que crece un 4,5 %. Por debajo ha quedado Alemania, con un decrecimiento del 1,7 %. "Es un dato preocupante", valora, porque "Alemania es el motor de la economía de Europa y tiene mucha dependencia energética de Rusia, lo que le hace ser uno de los países más perjudicados con la guerra". Italia se ha mantenido con un nivel de negocio similar al facturado en 2021, el Reino Unido ha crecido un 3,5 %, Polonia un 6 % y Portugal un 10 %.

Vistazo a 2023

Según el Fondo Monetario Internacional España crecerá un 1,1 % este año. "Además del dato positivo, el FMI ve lejos el riesgo de entrar en recesión. Vamos a seguir teniendo dificultades por el coste de la energía pero va a continuar la moderación de la inflación, que se situará en torno a un 3,7 %", explica Montañés. Los fondos europeos van a ser claves. "El Gobierno tiene

"2022 ha sido el año de la pyme que ya genera el 38 % de la facturación del canal mayorista en España"

Crecimiento global por sectores industriales (2022)

Mobile Computing	-8,5%	Server Computing	19,8%	Security	22,9%
Telecommunications	2,7%	Wearable Devices	-22,4%	Electronics	-10,7%
Software and Licences	16,2%	Data Center Networking and		Scanner Imaging	-0,4%
Displays	15,5%	Security	11,5%	Photo and Video Cameras	-16,6%
Printing Consumables	-6,6%	Home and Garden	-5,3%	Terminals, Thin Clients and Points	
Warranties and Services	5,6%	Smart Home and Office	29,4%	of Sales	17,8%
Computing Components	3,2%	Wireless Networking	20,9%	Unified Communications	-15,6%
Desktop Computing	6,6%	Power Equipment	9,5%	Tape Storage	4,7%
Disk Storage	-1,2%	Other Networking Equipment		eHealth Devices	-17,8%
Networking Systems	47,5%		-22,0%	Security Devices	-36,0%
Audio-Video Systems	9,6%	Games Consoles	46,2%	Other	88,8%
Printing	-0,8%	Connectivity	6,5%		
Computing Accessories	0,4%	Removable Storage	-8,5%		

que hacer todo lo posible para que lleguen donde se necesite para que dinamicen la economía porque es una oportunidad que no podemos perder". En lo que se refiere al mercado tecnológico, el consumo seguirá manteniendo el mismo tono de inversión que en 2022, aunque se espera una mejora en la segunda parte del año. "La empresa va a seguir invirtiendo, sobre todo la Administración Pública", prevé. También la pequeña y mediana empresa debe seguir invirtiendo. "Somos optimistas. El sector del mayo-

reo seguirá creciendo, aunque probablemente un poco menos que este año; quizás en torno a un 3%". Según los datos de la encuesta que Context lleva a cabo, los distribuidores observan oportunidades en torno al cloud y la ciberseguridad. "También la infraestructura, el centro de datos y las oportunidades en torno a la sostenibilidad". **N**

Context
contextworld.com



Tenemos toda la información que necesitas

Para profesionales del canal de distribución TIC

Newsbook.es
Negocios
en informática
Newsbook.es

Para los CISO de las empresas

ciberseguridad **TIC.es**

Para el C-Level de mediana y gran empresa

directorTIC Información de valor para la toma de decisiones
directorTIC.es

Para gerentes de pymes

PYMES Revista de negocio
revistapymes.es

POS, captura de datos y retail

tpvnews Almacenar datos. Capturar datos. Retail
tpvnews.es

IDC prevé un crecimiento sostenido del 8 % para el mercado de la seguridad en España hasta 2024



Espadas en alto contra los hackers

C

omplejo panorama de amenazas

En este 2023 seguirán evolucionando los ataques avivados por el modelo de Cibercrimen como Servicio (CaaS). Acacio Martín, director regional de Fortinet en España y Portugal, asegura que los malos seguirán aprovechando nuevos exploits en entornos no tradicionales, como los dispositivos alojados en el perímetro o los mundos virtuales. La tecnología actúa en una doble "dirección". Martín recuerda que también juega a favor de los ciberdelicuentes que siguen transformando en "armas" las nuevas tecnologías. "No sólo atacan

No hay mejor momento para la expansión de la ciberseguridad que el actual. También para la extensión del cibercrimen. El tsunami digital que azota la sociedad ha provocado, junto a los mayores consumos en la nube y la consolidación de los entornos híbridos, mayores necesidades de protección para las empresas ya que los *hackers* han visto cómo crecía, de manera desorbitada, la superficie a atacar. La batalla, por tanto, continúa: de un lado, los fabricantes y el canal; en el otro, los malos. **¿Se reducirá la brecha en este 2023?**

Marilés de Pedro

la superficie tradicional, sino lo que hay detrás de ella, es decir, tanto fuera como dentro de los entornos de red tradicionales. Al mismo tiempo,

tienen un mayor conocimiento de su objetivo de ataque ya que dedican más tiempo a recopilar información para intentar evadir la detección, la inteligencia y los controles".

Unos ataques que alcanzarán a todos los sectores industriales. Según el "Global Risks Report 2022" publicado por el World Economic Forum en el tercer trimestre de 2022 los ciberaataques se incrementaron un 23 %. "Las previsiones apuntan un crecimiento aún más fuerte en todo el mundo, impulsado por prácticas como el mayor uso de los exploits y el ransomware, el hacktivismo movilizado por el Es-

"El mercado negro de la ciberdelincuencia es de tal magnitud que hay oferta y demanda no solo de datos, sino de vulnerabilidades, que incluso son adquiridas por algunos gobiernos"

“La ciberseguridad, impulsada por los procesos de digitalización y la cada vez mayor concienciación, está pasando a tomar un papel más protagonista en la estrategia de las compañías”

tado o las herramientas incipientes, como es el caso de la inteligencia artificial", relata Mario García, director general de Check Point Software en España y Portugal.

Según el informe de predicciones para 2023 de Trend Micro las empresas se enfrentan a un incremento de los ataques dirigidos a los puntos ciegos de la seguridad en la oficina doméstica, la cadena de suministro de software y la nube. "Un perímetro corporativo cada vez mayor y superficies de ataque a menudo olvidadas, como es el caso del software de código abierto, dejan más expuestas a las organizaciones", analiza Raúl Guillén, responsable de alianzas estratégicas en Trend Micro en Iberia. "Los ciberdelincuentes seguirán explotando protocolos obsoletos y las vulnerabilidades en los dispositivos conectados a Internet y se aprovecharán de la sobrecarga de trabajo que tienen los equipos de seguridad actuales", continúa.

Las VPN representarán un objetivo especialmente atractivo ya que una única "solución" puede explotarse para atacar varias redes corporativas. "Los routers domésticos serán objetivo de los ataques ya que no reciben parches ni son gestionados por el departamento central de tecnología. Igualmente, las técnicas "living off the cloud" pueden convertirse en la norma para que los grupos que atacan la infraestructura de la nube permanezcan ocultos a las herramientas de seguridad convencionales", completa el responsable de alianzas de Trend Micro.

No faltarán las amenazas más

"tradicionales". A juicio de Miguel de Castro, ingeniero de ventas en CrowdStrike, el ransomware, que se diversificará hacia modelos comerciales completamente nuevos, y el robo de información liderarán la lista. Unas amenazas que tendrán como principales vectores de entrada "el correo electrónico, el software desactualizado o vulnerable a exploits zero-day y



los accesos mediante cuentas de usuario válidas o ataques a la identidad". Muchos hackers "recurrirán a la explotación de métodos de ataque ya probados como la ingeniería social, el business email compromiso (BEC)-as-a-service y los deepfakes", completa Guillén.

“El mundo será cada vez más un lugar más peligroso y seguirá yendo a peor en términos de ciberseguridad”

Ricardo de Ena, area sales manager de la zona norte de WatchGuard España, recuerda la "hiperespecialización" que exhiben los ciberdelincuentes. "En numerosas ocasiones llevan mucho tiempo en la organización sin levantar sospechas, a modo de auditoría, y cuando ya saben por dónde pueden atacar, venden el proyecto de ataque a otro grupo cibercriminal y este, a su

vez, lo revende o lo saca incluso a concurso. El mercado negro de la ciberdelincuencia es de tal magnitud que hay oferta y demanda no solo de datos, sino de vulnerabilidades, que incluso son adquiridas por los gobiernos".

Cualquier segmento y empresa es susceptible de ser atacado. Ya nada ni nadie escapa de la visión de los hackers. Segmentos como la sanidad, la banca o el sector público seguirán en el foco de los ciberdelincuentes. "Tampoco hay que olvidar que las infraestructuras críticas son, cada vez más, objetivo de ataques de grupos de cibercrimen o de Estados enemigos", señala Borja Pérez, country manager de Stormshield Iberia. "Un cumplimiento exhaustivo del Esquema Nacional de Seguridad (ENS) y la rápida adecuación a NIS2 ayudarían mucho a este tipo de organizaciones". Ricardo de Ena apunta que, si se analizan los objetivos que más ataques han recibido, y tras

La falta de talento

La falta de talento cualificado en materia de ciberseguridad señala uno de los principales retos que debe solucionar el sector. Según los datos del INCIBE la fuerza laboral en esta materia cuenta con una gran brecha de talento que se estima que alcanzará más de 83.000 profesionales en 2024. Se espera un incremento del 300 % en la demanda de talento en los próximos 3 años. Mario García calcula que a nivel mundial se necesitan 4 millones de profesionales. "A pesar de que este déficit continuará aumentando se espera que los gobiernos introduzcan nuevas ciberregulaciones para proteger a los ciudadanos contra las brechas de seguridad, así como una mayor inversión no sólo en la creación y crecimiento de los departamentos de seguridad digital, sino de la propia formación en ciberseguridad dentro y fuera de las empresas".

los que está un Estado, son "los gobiernos, las entidades financieras, las instituciones militares y diferentes organizaciones del ámbito de la tecnología o las telecomunicaciones".

Borja Pérez no olvida a las pymes.

"Cuando hablamos de ataques masivos no dirigidos, que durante 2023 se repetirán, sabemos que quienes más van a sufrir son las pequeñas y medianas empresas. Por regla general, su inversión y formación en ciberseguridad sigue siendo baja".

La movilidad sigue siendo una de las áreas con más recorrido en la aplicación de la seguridad. Isabel López, sales engineer manager de Samsung, desvela que durante los últimos años los dispositivos móviles han tenido más posibilidades de sufrir un ataque que un PC. "En una época en la que las empresas realizan una gestión multidispositivo, los ataques pueden acceder a través de muchas vías: correos electrónicos, SMS de contactos conocidos, descargas de software o clics involuntarios en páginas web que insertan un programa malicioso en el sistema".

Inversión creciente

Según las previsiones que manejaba IDC el crecimiento del mercado de la ciberseguridad en España se situará en un 7,7 % en 2022 con un CAGR previsto del 8 % hasta 2024. Además,



en 2025, IDC pronostica que la inversión en ciberseguridad podría superar los 2.200 millones de euros, con ritmos de crecimiento cercanos al doble dígito. "La ciberseguridad, impulsada por los procesos de digitalización y la cada vez mayor concienciación, está pasando a tomar un papel más pro-

Una empresa recibió, de media, 1.014 ataques de ransomware durante los 3 primeros trimestres de 2022

tagonista en la estrategia de las compañías, por lo que se espera un aumento general en la inversión por parte de todos los sectores", valora Mario García.

Sergio Martínez, director general de Sonicwall en Iberia, cree que 2023 será un año excelente para la ciberseguridad y el canal TI. "El mundo será cada vez más un lugar más peligroso y seguirá yendo a peor en términos de ciberseguridad". El incremento exponencial de la super-

ficie de exposición y la hiperconectividad (sobre todo por 5G), unido a la creciente militarización y sofisticación del cibercrimen, empujan, a su juicio, en este sentido. La marca prevé un crecimiento entre el 7 y el 8 % en 2023. "Las oportunidades no dejarán de crecer. Nunca la ciberseguridad ha sido tan necesaria". Tan solo el 11 % de las empresas considera que tiene suficiente capacidad informática interna para hacer frente a cualquier ciberataque.

Se calcula que más del 50 % de las empresas que sufre un ciberataque importante, tarda más de cinco horas en detectarlo y un número importante de ellas convive con él durante algunas semanas e incluso meses. "Nunca hemos estado tan expuestos", valora el responsable de SonicWall. Según datos del fabricante una empresa recibió, de media, 1.014 ataques de ransomware durante los 3 primeros trimestres de 2022.

Aunque cada sector tiene sus peculiaridades, Ricardo de Ena prevé un incremento de los ataques en el sector financiero. "Lo que está ocurriendo con las criptomonedas está dando pie a nuevas estafas, lo que debe conducir a un aumento de la inversión en los segmentos de banca y seguros, junto a la Administración Pública". También las energéticas

aumentarán sus inversiones en este 2023. "El turismo y la automoción se encuentran también entre los principales motores económicos", completa Isabel López,

Ricardo Maté, regional vice-president south EMEA & emerging de Sophos, abre el abanico de inversión a todas aquellas empresas que están abordando su transformación digital. "Cada vez disponen de más servicios y procesos digitales, lo que las hace más susceptibles de sufrir un ciberataque que afecte a sus negocios e incluso a su supervivencia. Por ese motivo, están llevando a cabo procesos de revisión de su ciberseguridad y una mayor adecuación de sus modelos de protección, detección y de respuesta, así como de la formación de sus empleados".

Inversión en la formación del empleado

Según un estudio del Foro Económico Mundial el 95 % de los ciberataques comienza por un error humano ya que las personas caen en las trampas de ingeniería social de estas amenazas. "Que los trabajadores estén formados es más importante que nunca", valora Mario García. En este terreno destaca, por ejemplo, la iniciativa que ha puesto en marcha el Banco Santander en la que ha incorporado la respuesta de los empleados ante los ciberataques de *phishing* en su política de cobro de bonus. El máximo responsable de Check Point en España y Portugal asegura que, aunque no se conozca la cuantía exacta de la compensación, se trata de un coste tremadamente rentable en comparación con los que supone ser víctima de un ciberataque. "El coste total puede llegar a ser hasta siete veces superior al de los propios rescates".

Alrededor del 20 % de las brechas de ciberseguridad son causadas por personas curiosas que vulneran sistemas informáticos y aplicaciones sin el ánimo de ocasionar daños. "El

principal reto es invertir en la formación de los empleados y en desarrollar una cultura de ciberseguridad y responsabilidad asociada al correcto uso de la información y los datos sensibles de las empresas. Las consecuencias de

mentales no pueden permitirse el lujo de operar con una ciberseguridad deficiente poniendo los datos de los ciudadanos y los posibles servicios esenciales en niveles de riesgo inaceptables". Disponen de recursos limitados

y suelen estar conectados con una gran variedad de subcontratistas y terceros "lo que las hace más vulnerables al robo de credenciales para obtener acceso a sus redes", completa. "Son un objetivo preferente de los ataques provenientes de los estados-nación".

En cuanto al tipo de ataques, Miguel de Castro apunta los relacionados con la identidad y el software desactualizado o susceptible a un Zero Day. "El correo electrónico continuará siendo el principal vector de entrada para los atacantes".

La sanidad es diana preferente. Un segmento crítico que debe ser especialmente cuidadoso en su protección. Mario García señala el ejemplo del gobierno de Singapur que ha creado equipos especiales interinstitucionales para luchar contra el ransomware y la ciberdelincuencia, reuniendo a empresas, departamentos estatales y fuerzas de seguridad para combatir

"Que los trabajadores estén formados es más importante que nunca"

cualquier ciberataque son numerosísimas y pueden, incluso, provocar la extinción o el cierre de un negocio o una empresa", completa Sergio Martínez.

La inversión de la Administración Pública

El sector público es uno de los principales objetivos de los hackers. Un segmento que cuenta con muchas vulnerabilidades. "Disponen de datos u otros activos de gran valor", recuerda Acacio Martín. "Debido a la sensibilidad de la información que poseen y a la persistencia de sus atacantes, los organismos guberna-

La protección de la pyme, ¿el mayor reto?

Las pymes son también diana para los ciberdelincuentes. Según un estudio de Kaspersky más del 60 % de las pymes reconocieron haber sufrido un ataque en 2022. Una gran parte de las amenazas va dirigida a los propietarios de este tipo de empresas, a su cadena de suministro y también en forma de ataques DDoS que ponen al límite sus recursos, como su página web.

"Son las organizaciones que lógicamente cuentan con recursos más limitados para implementar las adecuadas medidas de seguridad para enfrentarse a las cada vez más complejas y diversificadas ciberamenazas", recuerda Acacio Martín. La encuesta realizada por ESET entre este público señala el presupuesto como factor clave. David Sánchez, director comercial de la compañía en España, asegura que es su limitación y la falta de inversión en ciberseguridad lo que más preocupa en los departamentos de TI, "por delante de los ataques dirigidos y las vulnerabilidades".



medidas para protegerse contra este tipo de amenazas que frena su crecimiento".

Sin duda, queda mucho por hacer en el tejido pyme. A juicio de Raúl Guillén, el canal juega un factor fundamental ofreciendo servicios gestionados de seguridad para aquellas compañías que no pueden dotarse de estructura propia. "Los partners que estén más cerca de sus clientes saldrán reforzados; claramente es una oportunidad de crecimiento".

EN PORTADA

la creciente amenaza. "Espero que nuestro gobierno lleve a cabo iniciativas similares". El sector público español ha incrementado la inversión en seguridad: durante el primer semestre del año pasado el montante se elevó por encima de los 120 millones de euros. Borja Pérez señala al Centro Criptológico Nacional (CCN) como un vector de ayuda. "La obligatoriedad del cumplimiento del ENS será una baza importante para crear las condiciones de seguridad necesarias para el uso de medios electrónicos y garantizar la seguridad de sistemas, datos, comunicaciones, etc.".

Puesto de trabajo

El puesto de trabajo se ha convertido en entorno crítico para la protección. El crecimiento y posterior asentamiento del teletrabajo ha incrementado su criticidad.

También la profesionalización del cibercrimen y el traslado de cargas de trabajo a la nube se han sumado como factores claves. Ricardo Maté apunta tanto a las herramientas EDR (*Endpoint Detection & Response*) como a las dedicadas a la protección de la nube, mediante la adopción de las diferentes soluciones de SASE entre las que se encuentra ZTNA (*Zero Trust Network Access*), como los principales escudos de protección. Unas herramientas que deben estar arropadas por servicios de detección y respuesta 24/7 que exigen profesionales cualificados en la búsqueda de amenazas. "Ante la dificultad de encontrarlos y, posteriormente, retenerlos, se está produciendo un incremento importante en la implantación de servicios de detección y respuesta MDR (*Managed Detection and Response*)", completa el director de Sophos. Las inversiones en torno al teletrabajo crecieron exponencialmente durante la pandemia. "Ahora es el momento de sentarse y planifi-

car", analiza Ricardo de Ena. "Dentro de este plan de inversión, cuando la conectividad ya está asegurada, hay que reforzar la seguridad, siendo especialmente esencial garantizar la identidad y los accesos a los sistemas de la

que tenemos en el sector para paliar y combatir a la ciberdelincuencia y el propio presupuesto que manejan los ciberdelincuentes que en muchas ocasiones es muy grande".

La industria del cibercrimen alcanza continuamente nuevos niveles de comercialización y estandarización. "Cada vez más grupos de cibercriminales utilizan metodología propia de la industria del software e implementan modelos como servicio para escalar su "oferta" a nivel industrial", recuerda Ricardo

Maté. Una situación que reduce cualquier barrera de entrada y da acceso, de manera mayoritaria, a herramientas y técnicas que antes solo estaban disponibles para los hackers más sofisticados.

El incremento en el robo y comercialización de credenciales permite a los cibercriminales encontrar maneras de infiltrarse en las redes de sus objetivos de una manera efectiva.

"La utilización de herramientas licitas de seguridad hace que los atacantes ejecuten comandos del sistema que les permitan sobrepasar las opciones de seguridad, descargar y ejecutar ficheros remotos maliciosos y moverse lateralmente entre diferentes redes", completa Maté.

No se trata, en ningún caso, de que los hackers tengan más conocimientos o dispongan de mejores "tecnologías". "La mayoría de los ciberataques tiene éxito, más por demérito de los defensores que por mérito de los atacantes, por lo que no debemos presuponer capacidades superiores a las que realmente poseen estos últimos cuando, en realidad, lo que sucede es que no se aplican siquiera medidas de seguridad básicas o se configuran y mantienen adecuadamente aquellas que tenemos disponibles", analiza Josep Albors, director de investigación y concienciación de ESET España. ■

"La mayoría de los ciberataques tiene éxito, más por demérito de los defensores que por mérito de los atacantes"

compañía, para lo que hay apostar por soluciones de autenticación multifactor (MFA) y por herramientas con capacidad de inspeccionar el tráfico".



Y, ¿la brecha?

La enorme innovación que se ha ido imprimiendo a las tecnologías de seguridad parece que va pareja a la creciente complejidad e "inteligencia" que siguen exhibiendo los ataques. Ricardo de Ena apunta que existe un tira y afloja. "Tenemos que tratar de que la industria de la seguridad vaya un paso por delante o, al menos, al mismo ritmo, pero muchas veces es al contrario", valora. "Sigue habiendo una brecha de compensación entre las contramedidas

El acuerdo con el BSC-CNS es un reflejo de su apuesta por el mercado europeo

"2022 ha sido un año interesante para Intel"

A pesar de todas las dificultades, el año 2022 ha sido fructífero para Intel. Ha trazado las líneas estratégicas para seguir creciendo, apostando por plataformas abiertas y seguras, y ha anunciado una inversión importante en el mercado europeo. Esta línea de acción tendrá su continuidad este año en el que mantendrá la misma estrategia para liderar todas las áreas en las que compite.

 Rosa Martín

N

orberto Mateos, director general de Intel Iberia, ha reconocido que, a pesar de las dificultades macroeconómicas que han afectado a todos los negocios, el año 2022 "ha sido interesante para Intel", al ser el primer año

completo bajo la dirección del su actual CEO, Pat Gelsinger, y en el que se ha asentado su estrategia que se articula sobre cuatro aspectos: el incremento de dispositivos con capacidad de computación, el auge de los dispositivos conectados, la infraestructura de la nube al edge y el desarrollo de la inteligencia artificial. Mateos ha recordado también algunos de los hechos más relevantes para la compañía el pasado año como el acuerdo que ha alcanzado con el Barcelona Supercomputing Center – Centro Nacional de Supercomputación (BSC-CNS) para crear un laboratorio para el diseño de microprocesadores del tipo RISC-V, su apuesta por el mercado europeo en el que invertirá para crear una fábrica en Alemania o el acuerdo de colaboración que ha sellado con MediaTek para el desarrollo de chips. El director general de Intel Iberia subrayó que la compañía seguirá este año la misma estrategia para liderar todas las áreas en las que está compitiendo. Además, se ha marcado como objetivo acercarse al liderazgo en rendimiento por vatio en 2024 con el fin de ser líderes en 2025. Al mismo tiempo, seguirá apostando por las plataformas abiertas y seguras y mantendrá su estrategia IDM 2.0 para facilitar una fabricación sostenible y abierta a terceros.

Novedades

Intel también ha aprovechado los primeros días de 2023 para lanzar nuevos productos. Acaba de presentar la 4º Generación de los procesadores Xeon que son los más sostenibles para los centros de datos al ofrecer nuevas funciones para optimizar la energía y el rendimiento, haciendo un uso óptimo de los recursos de la CPU.

Javier Galiana, director de ventas del mercado de consumo en EMEA, facilitó los detalles de los anuncios de la compañía en CES 2023. En esta feria ha presentado los nuevos procesadores para portátiles de 13ª generación, en la que destaca el nuevo Intel Core i9-13980HX, que ofrece 24 núcleos. Además, ha presentado los procesadores Intel Core de 13ª generación de las series H, P y U para portátiles.

Asociada a esta generación ha anunciado las especificaciones Intel Evo que incluyen una mayor duración de la batería y la tecnología Intel Unison, que ofrece conectividad entre los teléfonos móviles tanto Android como iOS con el PC.



Norberto Mateos, director general de Intel Iberia

Las novedades de Intel que se desvelaron en la feria también han incluido una nueva línea completa de procesadores Intel Core de 13ª generación para sobremesa en los niveles de 65 y 35 vatios, todo en uno y dispositivos IoT. Y la nueva serie N de procesadores para portátiles y sobremesa. Intel confía, a pesar de los últimos indicadores que marcan un descenso del mercado PC, que las ventas se mantengan durante este año porque se ha incrementado el uso del PC tras la pandemia y por el incremento de las ventas sobre todo en los mercados emergentes.

Mateos señaló que el incremento de las ventas para el mercado educativo se ha mantenido en nuestro país. En el segmento corporativo la modernización de los equipos y el incremento del teletrabajo siguen elevando la demanda, pero el segmento más débil será el de las pymes que acusa más la inflación y los tipos de interés. Galiana añadió que se espera al final del año una renovación de los PC que se compraron durante la pandemia.

El próximo 1 de abril arrancará un nuevo programa de incentivos

IBM sella su evolución con el ecosistema con IBM Partner Plus



Necesitábamos evolucionar el programa", explica Fernando Suárez, *partner ecosystem sales leader* de España, Portugal, Grecia e Israel de IBM. La renovada estrategia indirecta de IBM, con un nuevo modelo de aproximación al mercado y un foco absoluto en el ecosistema como motor de crecimiento de la compañía, "exigía un programa que nos ayudara a completar la transformación que hemos acometido en los últimos años". Una iniciativa que responde a las necesidades de los partners, a los que "hemos escuchado, trabajando con compañías de todo el mundo para atender sus opiniones".

Tres ejes, tres niveles

IBM Partner Plus se apoya en tres pilares. El primero apela a la simplicidad. La complejidad que arrastraba IBM PartnerWorld, tras 20 años de recorrido, se rebaja con menores barreras de acceso y de tiempo. Los conocimientos y habilidades sostienen el segundo pilar y permiten el acceso de los partners a mayores beneficios e incentivos. "Para que un proyecto sea exitoso, el partner debe contar con la formación necesaria, lo que exige una inversión previa que vamos a premiar". Por último, IBM va a acompañar a sus socios en su negocio, ayudándoles a lo largo de todo el ciclo de venta. "Debemos llegar a más sectores y más lugares con el ecosistema, aumentando o acelerando su ciclo de ventas".

El programa mantiene los mismos niveles (Silver, Gold y Platinum), a los que se accede en función de la facturación y del número de personas acreditadas, tanto en el aspecto técnico como comercial. Para el nivel Silver son necesarios tres profesionales, siete en el Gold y 14 en el Platinum. "El acceso es mucho más sencillo y a medida que un partner asciende en la estructura, disfruta de más beneficios, como un mayor soporte técnico, acceso



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

Había que rubricarlo en forma de programa. El giro estratégico de IBM con su ecosistema, al que desde hace un par de años ha convertido en motor de su negocio, necesitaba un programa que pusiera negro sobre blanco esta apuesta. Y así ha nacido IBM Partner Plus, que jubila tras más de dos décadas de servicio a IBM PartnerWorld, poniendo el acento en la formación, en la sencillez y en una mayor cobertura de mercado.

Marilés de Pedro

preferente a los leads, más campañas de marketing, soporte de nuestros laboratorios, etc.".

El pasado mes de octubre la marca abrió a todo su ecosistema su portal de formación interna para acelerar y facilitar la formación que permite acreditar a los partners. IBM ha establecido un periodo de transición que

concluirá el próximo 1 de julio para dar a los partners la oportunidad de analizar su situación y determinar hacia dónde quieren evolucionar, manteniendo hasta esa fecha el nivel que detenten en la actualidad. Otra de las novedades es

"Queremos atraer y trabajar con aquellas compañías que desarrollen soluciones basándose en nuestra tecnología"

“Hemos reducido a un día el tiempo necesario para que un *partner* se inscriba en el programa y empiece a transaccionar con IBM”

que los *partners* que cuenten con una dimensión mundial tendrán un único perfil, lo que les permitirá acceder, de manera unificada, a los niveles del programa, sumando acreditaciones y facturación. “PartnerWorld no lo permitía ya que cada compañía se constituía en un silo independiente en cada uno de los países en los que operaba”.

Nuevo programa de incentivos

IBM Partner Plus cuenta con un nuevo programa de incentivos que empezará a funcionar el próximo 1 de abril; mucho más sencillo y que equipara, en una misma estructura, la infraestructura y el software. “Las condiciones y márgenes, en función del producto, son diferentes pero el programa se ha unificado”. Según calcula la marca, dependiendo de la actividad, los *partners* podrían recibir hasta el triple de su inversión total.

Todo el programa se nutre de IBM Partner Portal, en el que los socios pueden registrar, de manera mucho más sencilla, sus oportunidades de negocio y acceder con mayor transparencia a toda la información que requieren. Ofrece visibilidad en tiempo real de los incentivos a los que pueden optar, una estimación de las ganancias potenciales y un motor automatizado de reparto de acuerdos que les ayuda a descubrir clientes potenciales.

Mayor sencillez

Una de las grandes novedades es una mayor facilidad para integrarse en el ecosistema. “Hemos reducido a un día el tiempo necesario para que un *partner* se inscriba en el programa y empiece a transaccionar con IBM”, explica. Una posibilidad que se despliega en la iniciativa New Partner Accelerator, que proporciona formación y otros beneficios durante los primeros seis meses. La compañía también ayudará a los socios en el desarrollo de MVP (productos viables mínimos), POC (pruebas de concepto) y de-

Balance 2022

Sin desvelar datos concretos del mercado español, Fernando Suárez asegura que el resultado en los tres primeros trimestres del pasado 2022 fue excelente. “Hemos sido capaces de llevar la teoría a la práctica y virar nuestra estrategia de negocio hacia el ecosistema, con una inversión sin precedentes en recursos”.

Tras doblar el equipo de IBM dedicado al canal en 2021, en este 2023 la marca volverá a hacer doblete. “Lleva su tiempo hacer que todo el equipo empiece a trabajar con nuestro ecosistema de una manera mucho más natural pero los resultados son muy positivos en todos los sectores y áreas de negocio, lo que incluye tanto la infraestructura como el software y el SaaS”, analiza. Suárez reconoce que muchos *partners*, con un negocio centrado de manera tradicional en la infraestructura, están evolucionando hacia el mundo de las soluciones. Una evolución que no resta ni un ápice de valor al negocio de la infraestructura. “Estamos viviendo un momento muy dulce en la industria y este área está más viva que nunca”, reivindica. Inmersos en un mundo híbrido, las sinergias entre el software y las soluciones en modo SaaS con el hardware se mantienen incólumes. “Las soluciones de infraestructura siguen creciendo y son esenciales para

que los clientes puedan ir hacia un modelo híbrido y mover cargas entre los diferentes entornos”.



mostraciones personalizadas para ayudarlos a ganar clientes y acelerar el crecimiento.

Suárez asegura que no hay un objetivo concreto de reclutamiento desde el punto de vista cuantitativo. El programa abarca a todo tipo de *partners*: revendedores, creadores de soluciones, ISV, MSP, integradores, etc. “Queremos atraer y trabajar con aquellas compañías que desarrollen soluciones basándose en nuestra tecnología”. Además, la marca busca una mayor co-

bertura a través de los socios focalizados en la reventa y en la integración. “Queremos llegar a muchos rincones a los que no llegábamos, por eso era muy importante que la barrera de entrada bajara”.

Los mayoristas mantienen su criticidad en el ecosistema. “Deben guiar a nuestros socios y ayudarles en su desarrollo. Tienen un papel crítico en las labores de comunicación, formación y asesoramiento a nuestro ecosistema. Son el eje y el vaso comunicante que tenemos con nuestros *partners*”. 

La gestión eficiente del dato en un entorno híbrido es el gran reto del sector

Datos, historia de una continua revalorización al alza



Los datos se han vuelto cada vez más valiosos para las empresas por la información valiosa que proporcionan, pero, por desgracia, muchas de ellas no realizan un seguimiento adecuado de su difusión y carecen de visibilidad sobre dónde se almacenan, cómo se utilizan

o cómo se accede a ellos", comenta Candid Wuest, vicepresidente de Investigación sobre Ciberprotección en Acronis. Además, recuerda que "la evolución de la tecnología ha facilitado la recopilación, almacenamiento y análisis de grandes cantidades de datos, especialmente en la nube".

David Benito, director de canal de Commvault Iberia, también hace referencia al volumen global de datos: "se ha multiplicado por 30 en los últimos 10 años". Mismo ritmo de crecimiento que ha seguido la revalorización del valor de estos activos. El directivo comenta también que existe una "brecha de integridad del negocio", es decir, las empresas son conscientes

que actualmente los datos son el activo más importante para las empresas no es ningún secreto. De hecho, para la mayoría la gestión de estos activos críticos es una prioridad, pero también un desafío debido al incremento desorbitado de datos que se genera y a problemáticas relacionadas con la normativa o la seguridad. Sin embargo, la adecuada gestión y administración de este preciado bien puede traer grandes beneficios a las organizaciones. Entonces, ¿en qué punto se encuentran los datos y su gestión en España? Y, especialmente, ¿qué papel juegan dentro de las estrategias de las organizaciones?

Olga Romero

de que hay una brecha entre la ubicación real de los datos y dónde deberían estar realmente para dar los servicios requeridos. Por ello, se está viendo "una evolución en la percepción que tienen las empresas del backup". Destaca también el papel de los datos Jaime Balañá, director técnico de NetApp para Iberia y LATAM. "Son un bien imprescindible y el futuro de la innovación reside en nuestra capacidad para aprovechar el potencial de los datos y trabajar en torno a ellos", explica. Esta realidad convertirá, según Balañá, la seguridad y fiabilidad de los datos en prioridades para las empresas, así como su gestión y la extracción del valor competitivo de los mismos.

También habla de prioridades Carmen Delinchan, senior systems engineering director de Pure Storage Iberia. "Encontrar soluciones más óptimas y sostenibles para gestionar y almacenar los datos es una necesidad urgente para las empresas españolas", indica. Una finalidad relacionada con las previsiones de Gartner y es que, según la consultora, los datos no estructurados tienen un crecimiento del 30 % anual y se prevé que para 2027 este crecimiento se haya cuadruplicado.

"La evolución de los datos ha estado marcada por las necesidades de las compañías y el rol que ha ido cogiendo el entorno digital en nuestras vidas", asegura Rafael Quintana, direc-

tor regional de Qlik en Iberia. Una digitalización que, como explica, ha dado como resultado el recibir, capturar y analizar los datos para tomar mejores decisiones y, por ende, "crecer, actuar con agilidad en tiempo real y diferenciarse de la competencia". Además, recuerda que a pesar de la evolución en España aún queda camino por recorrer y señala como fundamental el papel del programa Kit Digital, el plan España Digital 2026 y los fondos Next-GenerationEU.

También resalta la importancia que ha tenido la digitalización, junto con la globalización, en la revalorización de los datos Víctor Pérez de Mingo, senior systems engineer de Veeam.

Igualmente, subraya la necesidad que tienen las empresas hoy en día de tomar decisiones basadas en datos actualizados y "ser capaces de protegerlos". Razón por la que, según un estudio de la compañía, "las organizaciones en España y Portugal esperan aumentar su presupuesto en protección de datos un 7 % este año".

Por último, Ignacio de Pedro, country manager Iberia en Veritas Technologies LLC, asegura que "todavía hay mucho margen de mejora ya que hay muchas organizaciones que, aunque entienden el valor del dato, aún no disponen de planes ni de herramientas para su gestión y que les permita manejar de forma adecuada los diferentes retos". Para de Pedro los datos "han dejado de ser el petróleo del siglo XXI para convertirse en el agua necesaria para vivir".

La soberanía del dato a debate
2022 fue el año en el que numerosas compañías se decantaron por España para instalar sus nuevas regiones cloud. Elección que celebran

Benito, Balañá, Quintana y de Pedro ya que facilita el control y la soberanía del dato. Los cuatro directivos coinciden en destacar la importancia y repercusión que estas decisiones tendrán, tanto a nivel económico como social, en España y, además, resaltan otros

incertidumbre, así como los posibles costes legales y de cumplimiento, rigiéndose por normativas de países afines es una máxima para las empresas.

Sin embargo, la elección de España para albergar nuevas regiones cloud supondrá también una prueba para las empresas. Las cuales tendrán

que demostrar su nivel de concienciación en soberanía del dato y la importancia que le dan a estos activos. "Entendemos que las organizaciones tienen cierta conciencia normativa sobre dónde deben residir los datos, pero quizás no tienen tan interiorizado la problemática de los modelos de responsabilidad compartida de la información al movernos a entornos cloud", profundiza el director de Veritas Technologies LLC.

Por su parte, el director de canal de Commvault Iberia reflexiona sobre la seguridad y advierte de que "los proveedores cloud tienen la obligación de proteger su servicio e infraestructura, pero la protección de los datos del cliente es responsabilidad de éste, por lo que deben contar también con soluciones de protección y de gestión de datos".

En cuanto a las estrategias de protección de datos, desde Veeam prevén que el 81 % de las empresas de EMEA se decante por soluciones en la nube. Unas estrategias de protección que, según Pérez de Mingo, están muy consolidadas y extendidas al igual que el uso de proveedores de alojamiento en la nube.

¿Y los retos legales?

Cada 28 de enero, desde 2006, se celebra el Día Europeo de la Protección de Datos. Una fecha dedicada a aumentar la concienciación de los ciudadanos sobre el derecho a la protección de datos. Actualmente "España es uno



Los datos se han convertido en un activo imprescindible debido a las ventajas competitivas que aportan a las empresas

Un cumplimiento normativo que, en el caso de compañías con sedes en Europa, la lógica, según Quintana, "indica que han de regirse por el marco legal que establece la Unión Europea (GDPR) y el proyecto Gaia-X". Una lógica que de seguirse favorecería a España ya que "aunque tener los datos en el mismo país no es una obligación explícita, es una tendencia cada vez más visible en los requisitos de los clientes", afirma Tsvetomira Godinova, Compliance Specialist en Acronis. Y es que reducir la

EN PORTADA

de los países europeos que más avanzados está en normativas para la protección de los datos personales", destaca Benito. Y es que, como recuerda, nuestro país ha sido el primero en adoptar una Carta de Derechos Digitales.

Asimismo, el responsable de canal de Commvault Iberia añade que en pocas semanas estará listo el texto final de la Ley de Resiliencia Operativa Digital (DORA). Una normativa a nivel europeo que entrará en vigor en los próximos años y que "obligará a revisar los sistemas informáticos heredados para garantizar que cumplen con la normativa", explica.

Una revisión y ajuste que, según de Pedro, será uno de los grandes retos, junto a las fugas de información, en este 2023. "En los últimos años hemos visto una actividad frenética en materia regulatoria respecto a la privacidad, especialmente en Europa, y esto obliga a las empresas y organizaciones españolas a ajustarse a esas normativas", comenta.

Para Godinova el "denso panorama normativo es el principal reto legal" que tienen por delante las empresas españolas a corto, medio

y largo plazo. Tal y como asegura, "las leyes e iniciativas legislativas relacionadas con la ciberseguridad y la protección de datos van en aumento y esto obligará a las empresas a mantener programas de cumplimiento flexibles y sujetos a mejoras constantes".

Papel del backup en la protección del dato

Según datos de un estudio de Veeam, el 78 % del tejido empresarial español sufrió, en 2023, un ciberataque. Detrás de este resultado está

debe incluir las copias de seguridad, así como su revisión periódica, y recuerda que "aunque la mayoría de las empresas son conscientes de la importancia de estas copias, muchas olvidan que los ciberdelincuentes intentarán borrarlas durante sus ataques".

Misma opinión comparte Benito. El directivo de Commvault Iberia explica que "el backup es la última línea de defensa contra el ransomware, pero también es objetivo de los cibercriminales". Ante este escenario, la solución es disponer de backups aislados y definir

el plan de seguridad desde diferentes puntos, es decir, utilizar una estrategia multi-capa.

Para Veeam disponer de una copia de seguridad también es la última línea de defensa contra el ransomware. En este sentido desde la compañía, como explica su senior systems engineer, "recomendamos la regla 3-2-1-1-0, es decir, tener siempre, al menos, tres copias de datos importantes en, al menos, dos tipos de soporte con una offsite y otra offline y con cero backups no verificados o fallidos".

"El backup se está consolidando como una pieza clave en las estrategias de protección

del dato y ciberresiliencia", sentencia el responsable de Veritas Technologies LLC para Iberia. Para de Pedro que los ciberdelincuentes hayan puesto en el centro de sus ataques al backup es un gran desafío para las organizaciones a las que aconseja disponer de plataformas de backup que les permitan sobrevivir a un ataque, "conceptos como bastionado, zero trust y almacenamiento inmutable son vitales para diseñar estas plataformas", asegura.

En el caso concreto de las empresas españolas, de Pedro cree que en la mayoría de los casos han tomado conciencia. Sin embargo, indica que hace falta "adaptar los entornos a las nuevas características para así garantizar esa última línea de defensa".

El backup es la última línea de defensa contra el ransomware y se ha vuelto objeto de deseo para los hackers

el crecimiento imparable del ransomware, el cual obliga a las organizaciones a estar alerta y establecer sólidas estrategias de protección del dato. En esta ardua tarea "las copias de seguridad son cruciales para cualquier empresa hoy en día", defiende el vicepresidente de Investigación sobre Ciberprotección en Acronis. Para Wuest el plan de negocio



Entorno híbrido, ¿cómo conseguir una gestión eficiente?

Destaca Balañá las "enormes ventajas competitivas" que los datos ofrecen a las empresas que los recogen, conservan y explotan. Pero el almacenamiento de esta elevada cantidad de información también puede ocasionarles muchos problemas. ¿Cómo hacerles frente? Con anticipación, agilidad y control. "En NetApp apostamos por modelos de gestión basados en un concepto híbrido, donde la nube pública nos ofrece la posibilidad de ser ágiles y la privada el control de los datos allí donde sea necesario", detalla. Para Derlinchán la clave para conseguir una gestión eficiente en un mundo cada vez más complejo es adoptar soluciones sencillas y flexibles. En cuanto al desafío que supone el entorno híbrido y *multi-cloud* actual, la directiva de Pure Storage Iberia indica que "las empresas deben asegurarse de que pueden utilizar la mejor nube para cada caso de uso y evitar así el bloqueo". Para ello deben apoyarse en el uso de contenedores de las aplicaciones e impulsar "la gestión de aplicaciones a través de plataformas de kubernetes con la flexibilidad, velocidad, rentabilidad y seguridad necesarias para garantizar el éxito en un entorno neutral de nube". Planificación. Este es el aspecto que Quintana señala como fundamental para la gestión del dato en los entornos híbridos. El directivo subraya la importancia de conocer el punto de partida, las necesidades y los objetivos. Asimismo, recuerda que no todo tiene que estar en la nube ni gestionarse de la misma manera. "Es crucial evaluar lo que requieren la empresa y los empleados para elegir el entorno más adecuado y garantizar la efectividad". Sobre cómo combatir la complejidad del entorno, el responsable de Qlik en Iberia apela

DATA MANAGEMENT

a la necesidad de "simplificar la infraestructura, capacitar a los equipos dotándoles de agilidad y flexibilidad, monitorizar bien los activos y asegurar el cumplimiento legal".

En cuanto a los errores a evitar en la gestión del dato, Quintana vuelve a señalar a la planificación, sin la cual no hay éxito posible. Además, recuerda que, al realizar un cambio de paradigma en la empresa, ésta debe darles

Por su parte, Balañá defiende que "por lo general, las empresas saben muy bien lo que quieren y son absolutamente conscientes de la necesidad de tener una estrategia clara y bien definida desde el principio".

Retos para 2023

La gestión del dato en un entorno cada vez más híbrido dejará, en este 2023, algunos retos relacionados con los costes, la gestión, la adquisición de talento, compatibilidad e interoperabilidad. Además, los directivos coinciden en señalar otros desafíos como el ajuste a las nuevas normativas, el aumento del cibercrimen o las brechas de seguridad que facilitarán la fuga de información.

Las organizaciones también deberán enfrentarse a otros obstáculos como la sostenibilidad, la capacitación de los empleados o la integración de la inteligencia artificial en el canal de datos. Tampoco hay que olvidarse del reto que supone, ante el aumento de datos no estructurados, poder acceder a la información en cualquier momento o la gestión de los datos sintéticos y derivados. 

Las brechas de seguridad y el incremento de la normativa en materia de privacidad están entre los principales retos para 2023

tiempo a los empleados para adaptarse a los cambios realizados. También hace referencia a la planificación Derlinchán. La directiva de Pure Storage Iberia asegura que "los planes tienen que responder rápidamente para satisfacer nuevas e imprevistas demandas y la tecnología debe ser capaz de adaptarse al unísono".

El refuerzo a los programas de ciberseguridad es una de sus prioridades

La adenda al Plan de Recuperación permitirá reforzar las inversiones para la digitalización del país

El pasado mes de diciembre se presentó la adenda al Plan de Recuperación, un documento en el que se incluyen las inversiones y las reformas adicionales para movilizar el total de las transferencias y préstamos asignados a España de los fondos NextGenerationEU para el periodo 2020-2026. La adenda permitirá movilizar más de 94.300 millones de euros adicionales, que incluyen 7.700 millones de euros en transferencias y 84.000 millones de euros en préstamos, a los que se unirán casi 2.600 millones de euros del nuevo mecanismo REpowerEU. Una parte de esta nueva inversión irá destinada a reforzar los programas diseñados a la digitalización.



Rosa Martín

La adenda al Plan de Recuperación se ha realizado tras un proceso de consultas con las administraciones territoriales, los agentes sociales y los grupos políticos. Tras estas consultas se han identificado las acciones para reforzar y extender el impacto estructural de las acciones que se han puesto en marcha desde febrero de 2020. En general, las acciones se concentrarán en el campo de la economía energética, alimentaria, industrial, tecnológica y digital. Las transferencias se destinarán al refuerzo de los PERTE ya en marcha y al lanzamiento de otros nuevos, mientras que los préstamos se destinarán al impulso de las inversiones mediante instrumentos financieros reembolsables.

Transferencias

Las transferencias se destinarán a reforzar los once proyectos estratégicos en marcha y se lanzará uno nuevo para la descarbonización industrial. Está previsto reforzar las inversiones para los PERTE de energías renovables, hidrógeno renovable y almacenamiento (ERHA), de digitalización del ciclo del agua, el agroalimentario, el de nueva economía de la lengua, el de la economía circular y los del chip y la salud de vanguardia. El del chip, destinado a la fabricación e I+D en la industria de la microelectrónica y semiconductores, acapará buena parte de la inversión de la adenda. Sumará 1.255 millones de

euros en transferencias adicionales, 10.750 millones de euros a los 275 millones de euros de la primera fase del plan hasta alcanzar 12.250 millones de euros. El PERTE para la salud de vanguardia, que pretende la atención digital personalizada, acapará 500 millones de euros en transferencias adicionales y 300 millones de euros en préstamos. En total este PERTE, incluyendo las transferencias de la primera parte del plan, alcanzará los 1.650 millones de euros. Además, se financiarán dos nuevos programas de inversiones de carácter horizontal por un importe total de 120 millones de euros. Uno de ellos, que acapará 70 millones de euros, se destinará a la puesta en marcha de una asistencia técnica para agilizar el despliegue de las inversiones. Y el otro programa, que tendrá una dotación de 50 millones de euros en transferencias, se dedicará al desarrollo e implementación de una nueva oferta de microcredenciales en las universidades públicas españolas, orientada a la adquisición de habilidades y competencias para impulsar el alineamiento de la oferta y demanda del trabajo en los ámbitos de actuación de los PERTE.

Préstamos

En el apartado de préstamos está previsto la utilización de doce fondos que permitirán ir gestionando la deuda correspondiente. Ocho serán nuevos y cu-

TABLA 3: FONDOS DE INVERSIÓN PARA USO DE LOS PRÉSTAMOS (en millones de euros)		
Nombre del Fondo	Importe (M€)	Destino de los recursos
Fondo de Inversiones Sostenibles de las Comunidades Autónomas	20.000	Préstamos y otros instrumentos financieros al sector privado; inversiones sostenibles en proyectos elegibles: • Vivienda social • Transporte sostenible • Competitividad industrial y de las Pymes • Sostenibilidad del sector turístico • Economía de los cuidados
Fondos ICO de apoyo a las empresas	15.000	(1) Línea ICO Verde de financiación empresarial (2) Ampliación de la línea ICO PYME
Fondo de Reforma de la inclusión social: Ingreso Mínimo Vital	9.000	Apoyo al despliegue de la reforma con inversión en capital humano y en reducción de la pobreza infantil, así como fomento de la inclusión social
Fondo de Reforma laboral: Mecanismo RED	5.000	Puesta en marcha del soporte financiero del mecanismo de flexibilidad y estabilización del empleo, así como financiación de la recualificación de trabajadores en transición
Fondo para escalar startups tecnológicas: Next Tech	4.000	Desarrollar proyectos digitales innovadores de alto impacto en scale-ups
Fondo de apoyo a la solvencia de empresas estratégicas	4.000	Reforzar la solvencia empresarial de compañías no financieras estratégicas para el tejido productivo nacional o regional
Fondo de Reforma fiscal: Bonificaciones fiscales impuesto de sociedades	2.000	Incentivos fiscales para fomentar la inversión empresarial en I+D, e inversión verde de empresas y hogares
Fondo SEPIDES de Apoyo a la Inversión Industrial Productiva	2.500	Fondo para promover inversiones que favorezcan el desarrollo industrial, la competitividad y las capacidades industriales
Fondo de Recapitalización de empresas afectadas por la COVID (FONREC)	1.000	Reforzar la solvencia de empresas medianas bajo criterios de rentabilidad, riesgo e impacto en desarrollo sostenible

Fuente: Documento del proyecto de Adenda al Plan de Recuperación

tro son los que se han creado desde 2020. Uno de ellos es el fondo para escalar startups tecnológicas, denominado fondo Next Tech, que tendrá un importe de 4.000 millones de euros y permitirá el desarrollo de proyectos digitales de alto impacto en scale-up.

En este apartado de préstamos, el fondo de mayor cuantía, 20.000 millones, es el de las inversiones sostenibles de las Comunidades Autónomas. Un fondo destinado a proyectos en el ámbito de la vivienda social, transporte sostenible, competitividad industrial y de las pymes, sostenibilidad del sector turístico y economía de los cuidados.

Autonomía tecnológica

A través de las acciones recogidas en la adenda se pretende avanzar hacia la intensificación de la autonomía estratégica, un elemento clave para la doble

transición verde y digital. Para lograr esta autonomía que tiene cinco dimensiones, energética, agroalimentaria, industrial, tecnológica y digital, los PERTE jugarán un papel decisivo para construir el futuro del país. En el ámbito de la autonomía tecnológica, con los fondos de la adenda, además de financiar el PERTE Chip, se apoyará la financiación de los proyectos europeos de especial interés (IPCEI) para desarrollar las capacidades tecnológicas del conjunto de la Unión Europea.

En la dimensión de la autonomía digital, la hoja de ruta que se está siguiendo la está marcando la Agenda Digital 2026. Y dada su naturaleza transversal se está desplegando a través de los 30 componentes del plan. El desarrollo efectuado hasta ahora ha permitido que España mejore dos puestos en el índice de digitalización (DESI) de la Comisión Europea, en el que se ha situado en séptima posición y como líder de las grandes economías.

Los recursos que establece la adenda permitirán que la inversión se siga efectuando en tres vectores clave: las infraestructuras y la tecnología, la economía, mediante la digitalización de las empresas y las Administraciones Públicas, y las personas, facilitando capacitación y oportunidades para beneficiarse de la nueva economía digital.

Se reforzarán los componentes digitales de los PERTE y de la inversión en ciberseguridad. Una de las acciones previstas es el refuerzo de la seguridad en el ámbito digital con la regulación del Esquema Nacional de Seguridad para proteger la información relacionada con la prestación de servicios públicos por medios electrónicos. Está previsto también implementar la Estrategia Española de Salud Digital y se pondrá en marcha la Agencia Española de Supervisión de Inteligencia Artificial. Además, se reforzarán los programas con un mayor impacto sobre la transformación de la economía como el Programa Kit Digital. La vicepresidenta primera y ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital, Nadia Calviño, presentó el proyecto de la adenda en la Comisión Mixta Congreso-Senado para la Unión Europea. El próximo paso, tras la terminación de los detalles y publicación de REpowerEU por parte de la Unión Europea, será la presentación formal a la Unión Europea para su aprobación. [\[1\]](#)

planderecuperacion.gob.es

FONDOS PARA CANALIZAR LOS PRÉSTAMOS

FONDO DE INVERSIONES SOSTENIBLES DE LAS CC.AA. 20.000 M€ Inversiones autonómicas en vivienda social, transporte sostenible, competitividad del sector turístico, economía de los cuidados, comercio y pyme	FONDOS ICO DE APOYO EMPRESARIAL 15.000 M€ Nueva Línea ICO Verde para inversiones sostenibles del sector privado y ampliación de la Línea ICO PYME	FONDO DE REFORMA DE LA INCLUSIÓN SOCIAL: INGRESO MÍNIMO VITAL 9.000 M€ Financiación de la reforma de la inclusión social y del Ingreso Mínimo Vital	FONDO DE REFORMA LABORAL MECANISMO RED 5.000 M€ Recalificación de trabajadores en transición	FONDO NEXT TECH 4.000 M€ Desarrollo de proyectos digitales innovadores de alto impacto en scale-ups	FONDO DE APOYO A LA SOLVENCIA DE EMPRESAS ESTRÁTICAS 4.000 M€ Refuerzo de la solvencia de empresas estratégicas para el tejido productivo nacional o regional
FONDO SEPIDES DE APOYO A LA INVERSIÓN INDUSTRIAL PRODUCTIVA 2.500 M€ Desarrollo industrial, competitividad y capacidades industriales	FONDO DE REFORMA FISCAL: BONIFICACIONES IMPUESTO SOCIEDADES 2.000 M€ Incentivos fiscales para fomentar la inversión empresarial en I+D.	FONDO DE COINVERSIÓN 2.000 M€ Coinversión en empresas españolas con fondos e instituciones soberanas	FONDO DE RECAPITALIZACIÓN DE EMPRESAS AFECTADAS POR EL COVID 1.000 M€ Solvencia de empresas medianas bajo criterios de rentabilidad, riesgo e impacto en desarrollo sostenible	FONDO DE IMPACTO SOCIAL 400 M€ Proyectos de impacto social y medioambiental, cuantificable con retorno financiero mínimo igual al del capital invertido	FONDO SPAIN AUDIOVISUAL HUB 425 M€ Impulso de producciones realizadas por empresas del sector audiovisual en España

Fuente: presentación de la Adenda en la Comisión Mixta Congreso-Senado

La filial española de la IAMCP cuenta con 133 socios

"La principal ventaja de la IAMCP estriba en conjugar a los socios con los partners y con Microsoft"



La filial española de la IAMCP (*International Association of Microsoft Channel Partners*) creada a finales de 2008, cuenta con 133 socios. "Una cifra importante" destaca Francisco Racionero, su presidente, "al ser empresas de gran calado que hacen que la asociación adquiera un valor específico".

 Inma Elizalde

I IAMCP es un punto de encuentro entre los socios. Así lo señala su presidente. "El socio no se limita a pagar una cuota y esperar a que alguien le llame. Acude a los eventos y webinars que realizamos para ganar en conocimiento y darse a conocer porque a través del conocimiento con otros miembros consiguen hacer negocio y así hacen crecer su negocio y, por lo tanto, el de Microsoft". ¿Cómo ayudan a ese incremento del negocio? "La prin-

pal vía es el *partner to partner* y el contacto que tenemos con Microsoft para tratar de aterrizar las estrategias que tiene la multinacional para mostrárselas a los socios", afirma. Los mayoristas también juegan un papel clave porque, tal y como reconoce, a la hora de generar negocio hay tres partes importantes: Microsoft, el mayorista y el *partner*, "por lo que se trata de conjugar estas piezas".

Hitos conseguidos

En esta andadura dos son los hitos que destaca. El primero, la puesta en marcha durante la pandemia de su plataforma solidaria "Todos desde casa". Iniciativa llevada a cabo junto a Microsoft y sus *partners* en la que participaron más de 80 empresas colaboradoras, 9 entidades públicas, 4 asociaciones empresariales y 6 comunidades tecnológicas, que conectaban empresas tecnológicas y voluntarios particulares para habilitar entornos de trabajo en empresas, centros educativos y entidades públicas que necesitaban poner en marcha sistemas de trabajo en remoto.

El segundo: su "academia de talento" Crea Futuro. Una iniciativa de formación en tecnologías *cloud* de Microsoft que ha estado en funcionamiento durante más de dos años y con la que se pretendía atraer nuevo talento al ecosistema de *partners* de Microsoft. Más de 1.400 alumnos han formado parte de la misma, con más de 1.000 certificaciones obtenidas.

Programa Ali@2

Este fomento del talento con el fin de aumentar el empleo entre los *partners* de Microsoft fue el embrío de su nueva iniciativa: el programa Ali@2. "Queremos aportar talento nuevo y hacer un reciclaje del talento senior".

"Talento nuevo que puede provenir de las universidades, de los centros de Formación Profesional o de aquellos lugares en los que los técnicos quieran formarse, certificarse y trabajar en alguna de las empresas de nuestra asociación o con los *partners* de Microsoft", confirma.

En esta ocasión forman parte del proyecto Microsoft y Adecco. ¿Cuál es el papel de cada uno? El de Microsoft es la atracción de alumnos, remarca, "porque

tienen una presencia muy importante en el entorno de las universidades y centros de Formación Profesional gracias a un departamento conectado con los mismos. Son ellos los que están llevando a cabo la búsqueda de talento nuevo, ofreciendo en estos centros educativos estos programas formativos para que los estudiantes se unan a los mismos, si bien universidades y centros de Formación Profesional también pueden ponerse en contacto con Adecco o con Microsoft si desean unirse al programa".

Adecco seleccionará a los estudiantes, identificará a los perfiles formados para presentarlos a las empresas y que estas les contraten. El socio será el que demande a Adecco los perfiles que necesite.

Francisco Racionero señala que los cursos, que arrancaron el pasado mes de enero, se irán creando al principio bajo demanda. Después se irá trabajando bajo calendario. IAMCP, además de coordinar todas las acciones y los cursos que se vayan realizando, junto con Adecco y Microsoft, dará difusión a este proyecto entre sus socios para que los mismos puedan aprovechar las ventajas del proyecto. "Para que encuentren nuevo talento y para que sus socios cuenten con un gran número de ofertas ventajosas a la hora de hacer una recapacitación de sus propios recursos", apunta. Y es que, tal y como asegura, "no todo tiene



"No todo tiene que ser talento joven. Hay talento maduro, de profesionales que llevan mucho tiempo trabajando en tecnología y que tiene un amplio conocimiento, pero que necesita reciclarse"

que ser talento joven. Hay talento maduro, de profesionales que llevan mucho tiempo trabajando en tecnología y que tiene un amplio conocimiento pero que necesita reciclarse". El reciclaje es otra fase del proyecto para no aprovechar ese talento senior. En este caso es la empresa la que contacta directamente con Adecco.

Racionero añade que Ali@2 está abierto a socios y a los que no lo son, a todos los *partners* y a todas las empresas tecnológicas que necesiten encontrar talento formado en tecnologías Microsoft. ¿El reto marcado? Conseguir que 2.000 personas ingresen en el ecosistema de trabajadores tecnológicos.

El ecosistema de Microsoft irá hacia...

¿Hacia dónde irá el ecosistema de Microsoft en 2023? La industria tiene que entrar en el mundo *cloud*, responde Francisco Racionero. "Y está entrando de tal manera que Microsoft está apoyando todo lo relacionado con los entornos IoT, los *digital twins*, el dato o la inteligencia artificial porque van a jugar un papel clave en la nube. En definitiva, la gran apuesta es la Industria 4.0 dentro del paraguas de la ciberseguridad". 

Microsoft
microsoft.es

Crece el peso de HPE GreenLake en el negocio

España fortalece su posición estratégica en HPE bajo la dirección de Alfredo Yepez



Pilar de crecimiento del negocio del sur de Europa y puente de plata para Latinoamérica. La filial española de HPE, siempre potente, ha fortalecido su posición en la multinacional con la singladura atlántica que le permite la ampliación de competencias de Alfredo Yepez. El directivo, que dirigía el negocio en LATAM, ha surcado el Atlántico para incluir también la dirección de la región del sur de Europa y la presidencia española. "Es la primera región transatlántica de HPE", insistió en su primera comparecencia ante la prensa española.

Marilés de Pedro

Una región que abre a España, a la que nombró junto a Italia, como el país con más relevancia y oportunidad de crecimiento, una nueva dimensión por la vinculación histórica, social y económica con los países hispanoamericanos que, además, como desveló, "cuentan con una muy buena trayectoria de negocio". Hay clientes de retail, financieros o del mundo de las telecomunicaciones, recordó, "que están a ambos lados del Atlántico"

La senda hacia "el servicio"

Yepez no olvidó apelar al mantra, HPE GreenLake, que marca la proa de negocio de la compañía: la venta de tecnología, en este caso la infraestructura, como servicio. El foco de la compañía en su joya de la corona ha fructificado

en sus más de 65.000 clientes actuales y más de 120.000 usuarios. "Más del 80 % de nuestros grandes clientes ya son usuarios de la plataforma", completó. La venta de software y servicios ya supone el 66 % de la facturación de la compañía. "El negocio vinculado al servicio ha crecido un 68 % en el último año fiscal de HPE".

Desterrada la idea de que todas las cargas residirían, más pronto que tarde, en los repositorios públicos, la hibridez reinante ha abierto de par en par las puertas a los fabricantes, como HPE, que han diseñado "espacios" privados con las mismas ventajas y funcionalidades que la nube pública. "El mundo va a ser híbrido", insistió. Si en la actualidad el 50 % de los clientes ya gusta de estos modelos híbridos "en 3 años este porcentaje alcanzará el 70 %".

Buenos resultados

Sin desvelar, como es norma en la casa, el balance en España, Yepez recordó los buenos resultados de la compañía a nivel mundial que concluyó ejercicio con un crecimiento del 5 % en sus ingresos, gracias a un montante de 28.500 millones de dólares.

En el cuarto trimestre (septiembre, octubre y noviembre), destacó la rentabilidad, que creció por encima del 33 %, señalando el mejor periodo en este apartado desde 2017. Un trimestre en el que el negocio creció un 7 %, con áreas como el cómputo (22 %) y los servicios de almacenamiento (6 %) presumiendo de crecimiento. Allegra, la plataforma para la gestión de datos diseñada para el entorno de la nube, "se situó como la solución con mejor aceptación en el mercado en los últimos años". Tampoco desentonó el negocio de HPE Aruba, que se elevó un 23 %. Únicamente descendió el área de la inteligencia artificial que se vio afectada por un gran proyecto que cuenta con plazos de ejecución en 2023.

Yepez observa con optimismo este 2023. "Observamos una demanda estable en el mercado y HPE cuenta con una oferta que se adapta perfectamente a lo que las empresas necesitan". Aunque persisten las dificultades en el suministro, aseguró que hay proyectos que se van a desplegar a lo largo de este año. "HPE GreenLake, que ya cuenta con 70 soluciones, irá incrementando su oferta. La transformación que necesitan las empresas exige un enfoque sostenible, híbrido y en el que el dato es lo primero; y eso es lo que ofrece nuestra plataforma".

La feria volvió a ser el escaparate de las novedades que llegarán al mercado en los próximos meses



CES 2023, la brújula de la industria tecnológica

C

ES se ha celebrado en un espacio de exposición un

70 % más grande que en 2022. Partía, como señaló Gary Shapiro, presidente y CEO de CTA, con la intención de destacar a las empresas más innovadoras y establecer la agenda para este año. Un objetivo que ha cumplido con creces como demuestran los datos de participación y la innovación de los nuevos productos que se han presentado.

La feria este año tuvo un lema centrado en la "Seguridad humana para todos", fruto de la asociación con el fondo de las Naciones Unidas para la Seguridad Humana (*United Nations Trust Fund for Human Security*) y la Academia Mundial

La edición 2023 de CES, celebrada en Las Vegas, del 5 al 9 de enero, ha vuelto a ser la brújula que guiará a la industria los próximos meses. El evento ha reunido a más de 115.000 profesionales de la industria, a más de 3.200 expositores, incluidas 1.000 empresas nuevas, y a una nutrida representación de visitantes internacionales para conocer las novedades que llegarán al mercado este año y las soluciones más innovadoras en diversas áreas como el transporte, la movilidad, la salud digital, la sostenibilidad, la web3 o el metaverso.

Rosa Martín

de Arte y Ciencia (*World Academy of Art and Science*) para apoyar esta campaña de "Seguridad humana para todos" (*Human Security for All*) que busca fomentar la seguridad alimentaria, el acceso a la atención médica, los ingresos personales, la protección del medio ambiente, la seguridad personal, la seguridad comunitaria y la libertad política. Por tanto, muchos de los productos presentados en el salón abordaron los

problemas globales como el acceso al agua limpia, la infraestructura de ciudades inteligentes o las soluciones de energía sostenible, entre otros. Shapiro destacó que CES 2023 ha demostrado que los eventos presenciales están de vuelta y que "la innovación presentada impulsará el crecimiento económico y el cambio de manera significativa para mejorar nuestras vidas y crear un futuro mejor para la próxima generación".

Mundo gaming

Las novedades diseñadas para jugar siguen siendo protagonistas un año más. HP, dentro de su gama OMEN, presentó el portátil de 17", un equipo potente que incluye un procesador Intel Core i9-13900HX de 13^a generación y los últimos gráficos NVIDIA GeForce, que utiliza la tecnología de refrigeración OMEN Tempest para juegos de sobremesa. Incorpora teclas mecánicas ópticas que son 25 veces más rápidas que las teclas tradicionales. Además, presentó los equipos de sobremesa OMEN 40L y 45L que, gracias a su procesador Intel Core i9-13900K de 13^a generación y una GeForce RTX 4090 de NVIDIA, proporcionan unos altos niveles de potencia y rendimiento. Acer fue otro proveedor que presentó en CES su actualizada gama Nitro que incluye procesadores Intel Core de 13^a generación y tarjetas gráficas GPU NVIDIA GeForce RTX Serie 40 para portátiles. Los equipos están disponibles con una pantalla WUXGA/WQXGA de 16" o una pantalla FHD/QHD de 17,3" y ofrecen hasta 2 TB de almacenamiento y 32 GB de memoria DDR5 4800. Lenovo es otro de los grandes ju-

gadores del mercado PC que ha llevado sus novedades para el *gaming* a la feria. La gran novedad ha sido el *chip* Lenovo LA AI, el primer *chip* de IA dedicado en un portátil de *gaming*, que se ha instalado en los nuevos portátiles Legion Pro 7 y 7i. Además, se ha incluido en los nuevos portátiles Lenovo Legion Pro 5 y 5i. De este modo, el sistema Lenovo AI Engine+, impulsado por este *chip*, despliega un algoritmo de aprendizaje automático que ajusta el rendimiento del sistema a unos parámetros óptimos. Asus tampoco olvidó su propuesta de *gaming* en la que se incluyen pantallas, portátiles y *routers*. Esta amplia gama de innovaciones incluye los monitores *gaming* ROG Swift Pro PG248QP y ROG Swift OLED PG27AQDM, el teclado *gaming* ROG Azoth y los portátiles de las series Strix Scar y Strix G en 16, 17 y

18". Estos equipos *gaming* cuentan con procesadores AMD Ryzen 9 Zen 4 e Intel Core de 13.^a generación, que liberan más potencia que nunca para ofrecer el máximo rendimiento. Su propuesta para el juego se completa con accesorios y el *router wifi* 7 cuatribanda, Rapture GT-BE98, que admite canales de 320 MHz en la banda de 6 GHz para alcanzar velocidades hasta un 160 % más rápidas que la generación anterior.

La apuesta de Samsung para los *gamers* se plasmó en la categoría de monitores ultra panorámicos con el lanzamiento de Odyssey Neo G9, el primer monitor con doble resolución de ultra alta definición. Su pantalla curva 1000R de 57" utiliza la tecnología quantum mini LED con especificación VESA Display HDR 1000 para ofrecer una imagen superior en cualquier entorno de juego. Samsung también presentó el Odyssey OLED G9 de pantalla curva Quad-HD de 49" y 1800R. Destaca por su iluminación OLED con tecnología de puntos cuánticos que se controla píxel a píxel, lo que permite obtener un contraste de color casi infinito.

Innovación

En el escaparate de CES se han mostrado los últimos avances que se integrarán en los nuevos dispositivos. Qualcomm Technologies anunció Snapdragon Satellite, una solución de mensajería bidireccional basada en satélite para teléfonos inteligentes premium.

Intel aprovechó su paso por la feria para mostrar sus últimos procesadores. Presentó la nueva familia de procesadores Intel Core para portátiles de 13^a generación, destacando el nuevo Intel Core i9-13980HX, el primer procesador de 24 núcleos para un portátil. Esta familia ofrece una frecuencia turbo de hasta 5,6 gigahercios (GHz), la velocidad más alta dis-

ponible para el mercado de portátiles, compatibilidad con memoria completa de hasta 128 gigabytes (GB) en total para DDR5 (hasta 5600 megahercios) y DDR4 (hasta 3200 MHz), y la tecnología Intel Killer wifi 6E (Gig+) para velo-

Intel Core de 13^a generación de las series H, P y U y la especificación Intel Evo para esta nueva generación de portátiles, en la que destaca la mayor duración de la batería y la capacidad de conexión de la tecnología Intel Unison. Las novedades de Intel en la feria también se completaron con la línea de procesadores Intel Core de 13^a generación para equipos de sobremesa en los niveles de 65 y 35 vatios, todo en uno y dispositivos IoT.

Mundo PC

Los principales actores del mundo del PC también acudieron a CES para mostrar sus últimas soluciones. HP llevó a la feria un conjunto de nuevos productos diseñados



Se presentaron soluciones innovadoras para mejorar la vida de las personas

cidades de Internet hasta seis veces más rápidas sin interferencias de canales wifi heredados. Intel también presentó los procesadores

para proporcionar experiencias híbridas sin dejar de lado la sostenibilidad. Entre estas novedades destaca la nueva gama HP Dragonfly Pro que está pensada para proporcionar funciones avanzadas y garantizar la productividad.

Dentro de esta serie se encuentra el Chromebook Dragonfly Pro, de 14", que incorpora una cámara de 8 megapíxeles, una pantalla táctil brillante y la verificación Intel Evo que asegura rendimiento, conectividad y carga rápida, además de un emparejamiento perfecto entre el teléfono y el dispositivo. Otros nuevos dispositivos presentados para el estilo de trabajo híbrido fueron el HP Dragonfly G4 y los nuevos EliteBook 1040 G10 y HP Elite x360 1040 G10.

Esta propuesta se completó con los monitores de la Serie E G5 o los nuevos HP M24h y M27h FHD y nuevos accesorios como la gama de auriculares inalámbricos profesionales Poly Voyager Free Serie 60, la webcam HP 620/625 o el ratón recargable HP 710.

En el apartado del consumo, HP ha apostado por el uso de materiales más sostenibles. Presentó el nuevo portátil HP, de 15,6", de diseño compacto y realizado con plásticos procedentes del mar, reciclados postconsumo y metales reciclados. Los PC All In One HP de 24" y 27" fueron otros de los nuevos productos que destacan por aprovechar los posos de café reciclado, que se utilizan como motas en su acabado.

Acer también aprovechó su paso por la feria para dar a conocer los primeros modelos de su nueva línea Acer Swift Go: el Acer Swift Go 16 y Swift Go 14, que cuentan con pantallas OLED y garantizan el rendimiento mediante procesadores Intel Core de 13^a generación con la VPU Intel Movidius. Cuentan con la verificación en la plataforma Intel Evo e incorporan la tecnología Intel Unison que permite su conexión con dispositivos Android e iOS.

Lenovo acudió a CES con una completa gama de soluciones para satisfacer distintas necesidades. En el apartado de los dispositivos premium de consumo presentó las novedades de la familia Yoga entre las que destacó el nuevo Yoga Book 9i, un portátil OLED de tamaño com-

pleto con doble pantalla, que incluye la última generación de procesadores Intel Core y que responde a las especificaciones Intel Evo. Gracias a su formato convertible, fino y ligero, puede cambiar fácilmente entre el modo portátil, tableta o V invertida.

Los principales proveedores del mercado PC eligieron la feria para lanzar sus nuevos modelos

Las novedades de Lenovo también llegaron al segmento de las tabletas con nuevas opciones como la Lenovo Tab Extreme y el block de notas digital Lenovo Smart Paper que ofrecen capa-

cidades para el aprendizaje y el ocio en el hogar. Este proveedor también presentó el concepto

Project Chronos que es una nueva tecnología que captura el movimiento del usuario, permitiendo interactuar con mundos virtuales 3D y llevar a cabo actividades en ellos sin necesidad de gafas u otros accesorios.

La marca tampoco olvidó al segmento de las pymes con el lanzamiento de un nuevo ThinkBook Plus, que reinventa el factor de forma de la pantalla rotatoria mediante un nuevo diseño Twist; y del nuevo portátil ThinkBook 16p Gen4, que integra componentes de alto rendimiento, incluyendo los procesadores 13^a Generación Intel Core y GPU hasta NVIDIA GeForce Next-Gen Laptop. La renovación también ha llegado a la gama de ThinkPad con los últimos portátiles ThinkPad X1, un nuevo ecosistema de accesorios y el nuevo ThinkPhone by Motorola.

Este nuevo smartphone profesional, con el que celebra los 30 años de la familia ThinkPad, aún la experiencia en materia de movilidad de Motorola con la productividad y la seguridad de las soluciones empresariales. Está equipado con el procesador móvil Snapdragon 8+ Gen 1 y cuenta con la tecnología 5G y compatibilidad con wifi 6E. Tiene una pantalla FHD+ de 6,6" y dispone de una batería que ofrece una autonomía de más de 36 horas.

Asus fue otro de los fabricantes de ordenadores que aprovecharon la cita de CES para mostrar sus últimos productos. Para ejecutivos presentó el Asus ExpertBook B9 OLED que es un portátil ultraligero que integra el último procesador Intel Core vPro de 13.^a generación. Ofrece hasta 64 GB de memoria y un sistema de refrigeración inteligente para aumentar el rendimiento en un 36 %. También ha presentado la serie Asus BR12102, que se compone del BR1102C y BR1102F, que ofrece una resistencia militar, una pantalla dinámica con certificación TÜV antirreflejos y un diseño compacto y modular que permite a los estudiantes de primaria y secundaria estudiar, transmitir y jugar de forma continua.

Entre todas las soluciones que Asus ha presentado durante la feria destaca la estación de trabajo móvil 3D OLED para creadores, el modelo ProArt Studiobook 16 3D OLED (H7604), que



destaca porque permite que los creadores de contenido puedan ver fotos, vídeos o incluso juegos en 3D sin necesidad de usar gafas o auriculares. Además, gracias a la tecnología Asus Spatial Visual permite convertir el contenido visual 2D en un 3D envolvente en tiempo real con solo pulsar un interruptor. Integra un procesador Intel Core i9-1398HX de 13^a generación y la GPU NVIDIA GeForce RTX de la serie 40 para portátiles. Ofrece hasta 64 GB de memoria aplicable y un almacenamiento ultrarrápido. La propuesta que LG llevó a CES también incluyó los dos nuevos modelos de la nueva oferta de portátiles ultraligeros LG gram: el LG ultraslim y el LG gram Style. Ambos incluyen especificaciones premium y se han diseñado para los usuarios que demandan la máxima portabilidad. El LG gram Ultraslim (modelo 15Z90RT) es el más fino de LG hasta la fecha de esta gama y pesa solo 998 gramos y tiene un grosor cuando está cerrado de sólo 10,99 milímetros, lo que equivale al grosor de un smartphone o un bloc de notas. Su potencia está asegurada con el procesador de 13^a Generación Intel Core. Además, LG ha introducido este año en esta gama el sonido envolvente Dolby Atmos.

Pantallas

Las pantallas fueron también protagonistas de la feria. Se presentaron desde monitores para el mundo profesional hasta televisores. Samsung, además de sus monitores para gaming presentó el modelo ViewFinity S9, una pantalla 5K de 27" para profesionales creativos como diseñadores gráficos y fotógrafos. Ofrece una resolución de 5.120 x 2.880 ppp. Además, presentó el Smart Monitor M8 en un nuevo tamaño de 27", con resolución 4K, que puede conectar, controlar y gestionar cientos de dispositivos conectados compatibles a través del SmartThings Hub integrado, incluyendo luces, cámaras, timbres, cerraduras, termostatos, etc.

En el apartado de televisores, LG anunció el Signature OLED M, un modelo de 97" que incluye la tecnología Zero Connect, una solución inalámbrica capaz de transmitir vídeo y audio a 4K 120 HZ en tiempo real. Y los nuevos modelos de la gama de televisores OLED, que cumple 10 años en el mercado, que se encuentran en las series Z3, G3 y C3 OLED evo. Estos nuevos modelos son capaces de ofrecer brillos más altos y colores más precisos gracias a la precisión y rendimiento de la tecnología OLED



Las pantallas volvieron a acaparar la atención durante la feria

evo y los nuevos procesadores a9 AI Processor Gen6. Esta serie de procesadores Alpha utiliza la tecnología que incluye Deep learning con Inteligencia artificial.

En el terreno de las nuevas pantallas, Sony presentó un prototipo de pantalla de realidad espacial de 27" (*Spatial Reality Display – SR Display*), que reproduce el mundo real con imágenes espaciales 3D. Estas pantallas permiten la reproducción de objetos a tamaño real para que las imágenes médicas y el diseño de productos puedan reproducirse con mayorrealismo.

Más novedades

En CES se presentaron otra serie de novedades en otros ámbitos como el de las redes. TP-Link fue un proveedor que eligió la feria para presentar su oferta tanto para empresas como para el consumo. Dentro de su propuesta para el ámbito empresarial destacan dos nuevos puntos de acceso wifi 7 de la gama Omada: los modelos Omada EAP780 y Omada EAP770. El primero es un punto de acceso empresarial wifi 7 de triple banda que alcanza velocidades de hasta 22 Gbps y cuenta con dos puertos PoE++ 10G. Y el otro, el modelo Omada EAP770, es un punto de acceso empresarial wifi 7 tribanda con velocida-

dades de hasta 11 Gbps, que dispone de un puerto PoE 10G y una banda de 6 GHz más amplia para liberar todo el potencial de wifi 7. TP-Link también ha presentado dos nuevas cámaras de vigilancia dentro de su sistema de vigilancia profesional VIGI. La nueva VIGI C540V, una cámara de red a todo color con doble lente varifocal, panorámica e inclinable de 4 megapixeles para exteriores y la nueva VIGI C340S que está pensada para ofrecer imágenes a todo color en condiciones de luz ultra baja. Para el hogar inteligente ha presentado numerosos productos, entre los que destacan el nuevo Homebase Tapo H900, un centro de conexión doméstico compatible con dispositivos wifi, Sub-G, Bluetooth, Matter, Thread y otros protocolos propios del hogar inteligente. Con esta solución, los usuarios pueden gestionar todos los dispositivos inteligentes del hogar. Kingston Technology fue otro proveedor que acudió a la feria para mostrar sus últimos productos como el Vault Privacy 50C, una unidad USB tipo C que permite proteger los datos contra BadUSB y ataques de fuerza bruta. Cuenta con certificación FIPS 197 y cifrado de hardware XTS-AES de 256 bits. 

C O R P O R A T E

www.dmi.es

DMI PRO

DMI Computer como mayorista en el canal focaliza parte de su valor en una atención comercial personalizada y de calidad a cada uno de sus clientes.

MARCAMOS LA DIFERENCIA...

- Marcas líderes en cada área.
- Soporte eficaz de preventa.
- Equipos de trabajo clientes-fabricantes.
- Soluciones para la ejecución de proyectos.
- Gestión eficaz de las garantías y posventa.
- Acuerdo de renting tecnológico.
- Financiaciones personalizadas.
- Generamos nuevo negocio.
- Formaciones técnicas avanzadas gratuitas.
- Certificaciones oficiales.

DESCUBRE CON NOSOTROS TODAS LAS SOLUCIONES DE IMPRESIÓN Y TPV

En DMI PRO te ofrecemos los productos y soluciones que son tendencia en el sector profesional

TE DAMOS SOPORTE Y ASESORAMIENTO SOBRE TODAS ESTAS SOLUCIONES



HORECA



RETAIL



HEALTHCARE



MANUFACTURING



WAREHOUSE



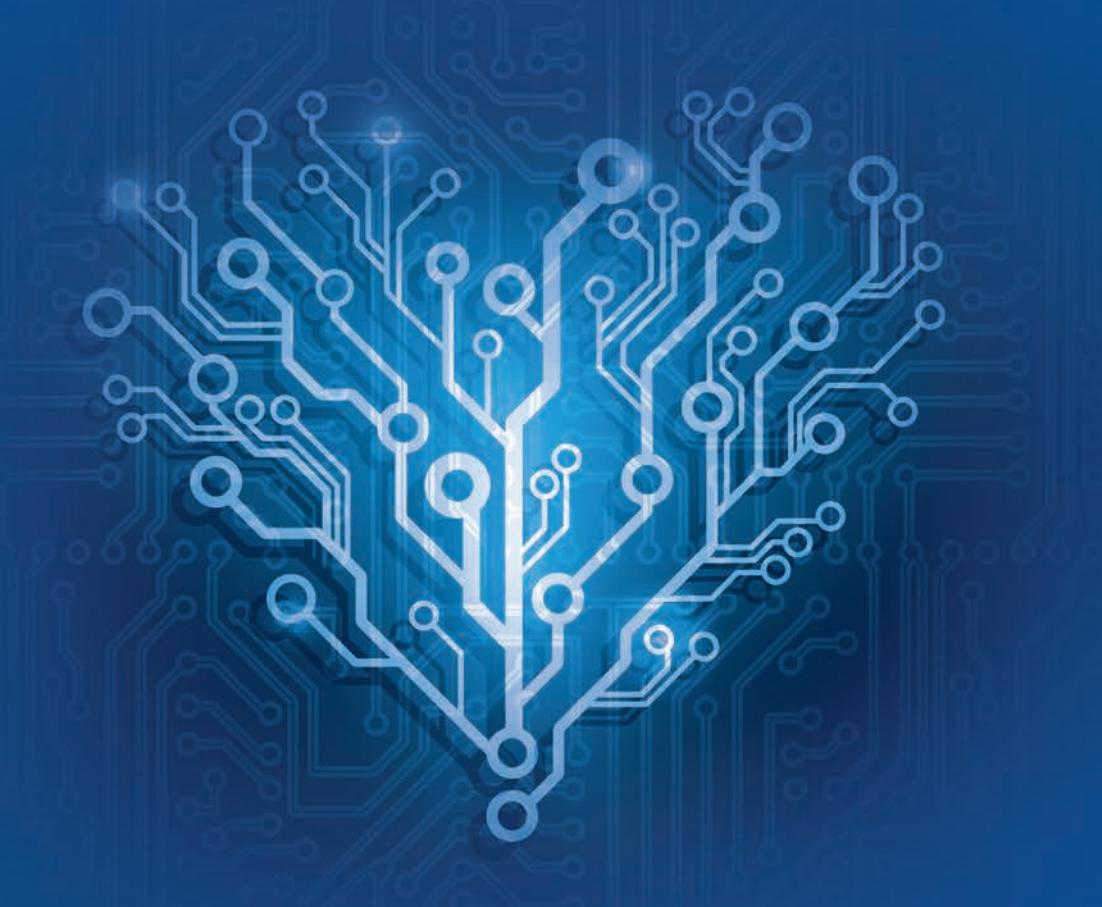
MOBILITY

DMI PRO
Computer
Soluciones Profesionales



TECHMOCRACY

Creemos en la Democracia Tecnológica. Estamos al lado de las empresas para ayudarlas a lograr su transformación digital de una manera más rápida, eficiente, barata, flexible y sostenible.



RENTING DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS

El **alquiler de larga duración** del parque informático con más servicios y ventajas.



Sin
inmovilizado
de capital



Flexibilidad
del parque
tecnológico



Tecnología
siempre
actualizada



Reciclaje
según
la Ley



Descubre más en www.esprinet.com/es/esprient/
o consulta con tu distribuidor de confianza