



linkedin



twitter



newsbook.es

>> La revista del distribuidor informático

# Newsbook

Taf  
editorial

Año XXX Nº 311 Enero 2024

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.

EliteBook 1040 G10 con procesador Intel® Core™ i9



con



Consulta con tu mayorista habitual.



esprinet

IN-RAM



TD SYNEX



Encendamos la luz de la  
esperanza y la paz en **2024**

**¡Feliz año!**



**grupotai**

Tai Editorial - Tu web soluciones - Servixmedia



# Newsbook



Año XXX Nº 311 Enero 2024

0,01 Euros

## Fabricantes y mayoristas predicen la evolución de este año



## ¿Qué nos deparará 2024?

**E**l año 2023 se cerró con luces y sombras para el sector tecnológico, que tuvo que afrontar las dificultades del mercado, acusó la elevada inflación y la complicada situación geopolítica, redoblando su esfuerzo y poniendo el foco en el segmento profesional que ha seguido invirtiendo en tecnología. De cara a este 2024, los principales actores del sector auguran un año en el que habrá que seguir intensificando el esfuerzo para impulsar la digitalización de la pyme y los servicios públicos. Y, a la vez, responder a los nuevos desafíos que plantea la introducción de las nuevas tecnologías como la inteligencia artificial en los procesos empresariales. [N](#)

Sigue en pág. 12

## Buen balance del primer año de implantación de IBM Partner Plus

### "El porcentaje que está consiguiendo el canal dentro del negocio de IBM sigue creciendo"

Hace 3 años IBM metió una marcha más a su estrategia con el canal, con una mayor inversión para convertirlo en motor de su negocio. Una estrategia que desembocó en el programa IBM Partner Plus, que sucedía tras más de dos décadas de servicio a IBM PartnerWorld, aportando más agilidad y cercanía al ecosistema. Raúl García, *ecosystem leader* de IBM para España, Portugal, Grecia e Israel, hace un buen balance de su implantación y del trabajo que ha desplegado el ecosistema, que sigue ganando participación en el negocio de la compañía. [N](#)



Sigue en pág. 9

## Nueva etapa en V-Valley

Tras la larga y fructífera trayectoria de Javier Bilbao al frente de V-Valley que permitió, primero, conformar una estrategia en el complicado mercado del valor y, posteriormente, fortalecer la presencia y, por tanto, el negocio de la compañía, Hugo Fernández y Alberto López, administradores delegados del mayorista, abren una nueva etapa, continuista, y que mantiene el crecimiento como horizonte prioritario. [N](#)

Sigue en pág. 32

## "Made in Europe", distintivo de The Wall de Samsung

Acabar con la dependencia de Asia, así como mejorar su eficiencia y atención al cliente son los objetivos de Samsung. La multinacional ha decidido fabricar uno de sus productos *prémium*, The Wall, en Europa, concretamente en Galanta, una pequeña ciudad cerca de Bratislava (Eslovaquia). Esta planta está especializada en la fabricación de estas pantallas, artículo que lleva produciendo desde agosto de 2022, consiguiendo cubrir casi el 90 % de la demanda europea en 2023. [N](#)

Sigue en pág. 30

# La importancia de llamarse digital

Damos la bienvenida a 2024. Con Gobierno, lo que, independientemente del color político, casi siempre es una buena noticia; y con un ministerio consagrado, en un principio de manera exclusiva a la Transformación Digital, a la que se unió a finales del pasado mes de diciembre la Función Pública, tras la última remodelación llevada a cabo por el presidente. Se hermanan, por tanto, los críticos retos vinculados con la transformación digital con el desempeño público, lo que, en principio, debería impulsar la modernización de la Administración. A José Luis Escrivá se le abren, además de seguir impulsando lo digital en todos los ámbitos, retos tan importantes como la materialización de los PERTE, con el PERTE Chip, que persigue reforzar las capacidades de diseño y producción de la industria de la microelectrónica y los semiconductores en España, como uno de los más destacados.

También se inicia este nuevo año con el estreno de la nueva ley europea de IA, último desempeño de la omnipresente, y ya ex secretaria de estado de Digitalización e Inteligencia Artificial, Carme Artigas. Una ley, pionera, que pretende ordenar el uso y disfrute de una tecnología que, sin duda, va a ser la estrella de este recién estrenado 2024. No hay que olvidar tampoco el impulso que deberá dar el ministro a la Agencia Española de Supervisión de la Inteligencia Artificial, que se puso en marcha a finales del pasado año; y al nuevo *sandbox* regulatorio, vinculado a la ley de IA de la Unión Europea y que es el primero de este tipo que se ha formalizado en Europa.

En un contexto más universal, la adecuada ejecución de los fondos NextGenerationEU es materia prioritaria: el Kit Digital, ampliado hasta finales de este año, es solo una parte del importante montante que, sí o sí, deberemos llevar a buen puerto a lo largo de este 2024.

Tampoco son pocos los retos que se le abren al área privada. Con una inflación un poco más contenida y unos tipos de interés más rebajados, el panorama económico ha ganado algo de luz, aunque permanezca la complejidad.


Las pequeñas y medianas empresas enfrentan muchos desafíos: a la permanente búsqueda de financiación, en los últimos tiempos les resulta mucho más complicado encontrar, y retener, profesionales suficientemente preparados. Las pymes tienen muy complicado acceder a la formación, primero, por falta de tiempo; y segundo, por escasez de presupuesto. Retos a los que se une la creciente y compleja competencia en un mercado en el que el precio marca ley. Sí, ciertamente, la digitalización es una vía para incrementar la productividad y la competitividad, pero en muchos casos, y a pesar de los fondos NextGenerationEU destinados a su implantación, la pyme no sabe cómo llevarla a cabo en su pequeña organización.

También las grandes empresas, con un músculo financiero y estratégico mucho mayor, deben enfrentarse a nuevos desafíos vinculados con la optimización y la competitividad en un mercado absolutamente globalizado en el que deben mantener su presencia, equilibrando estructura y coste.

En definitiva, afrontamos un 2024, complejo y retador, en el que una vez más, y van un montón, la tecnología, lo digital, se torna en herramienta básica.

Feliz año. 

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

**En primera persona**  
**IBM**  
  
**9**  
**Raúl García, ecosystem leader para España, Portugal, Grecia e Israel**

**En portada**  
**Así será... 2024**  
  
**12**  
**Fabricantes y mayoristas adelantan sus previsiones para este ejercicio**

**En profundidad**  
**Samsung**  
  
**30**  
**La multinacional fabrica en Eslovaquia The Wall, un producto premium con una tecnología exclusiva**

**Canal**  
 Nuevas funcionalidades en ArrowSphere **Pág. 5** 

**Actualidad**  
 La Unión Europea, pionera en la regulación de la inteligencia artificial **Pág. 7**   
 El Gobierno aprueba el Reglamento de la Ley Antifraude **Pág. 8** 

**En profundidad**  
**V-Valley Pág. 32**   
 Hugo Fernández y Alberto López inauguran nueva etapa  
**Lenovo Pág. 34**   
 Positivo balance de 2023  
**NetApp Pág. 36**   
 El dato, valor de negocio  
**HP Pág. 37**   
 El canal sigue marcando el paso del negocio de la compañía  
**Exclusive Networks Pág. 38**   
 La especialización en seguridad, santo y seña del mayorista

**Fujitsu Pág. 40**   
 Permanece el compromiso de la marca con España  
**CrowdStrike Pág. 42**   
 La compañía celebra su primer Europe Partner Symposium en Lisboa  
**HPE Pág. 44**   
 Primer año de Alfredo Yopez al frente de Latinoamérica y el sur de Europa  
**Cisco Pág. 46**   
 Busca la rentabilidad del canal con el nuevo Cisco Partner Program

**Newsbook**  
 Síguenos en  @newsbook\_tai

**DIRECTORA**  
 Marilés de Pedro • mariles@taieditorial.es

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

**PUBLICIDAD**  
 David Rico • david@taieditorial.es

**PRODUCCIÓN**  
 Marta Arias • marta@taieditorial.es

**OTRAS PUBLICACIONES**  
   

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

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

**MIEMBRO DE**  
  FEDERACION INTERNACIONAL DE LA PRENSA PERIODICA

**DISTRIBUCIÓN**  
**CIBELAS 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



# Arrow anuncia novedades en su plataforma de gestión *cloud* ArrowSphere

Arrow ha presentado diferentes actualizaciones para su plataforma de gestión *cloud* ArrowSphere. Las novedades anunciadas se enmarcan en su apuesta por seguir avanzando hacia el todo como servicio (XaaS) y se centran en tres pilares claves para la excelencia *cloud* empresarial: la sostenibilidad (GreenOps), la optimización de costes (FinOps) y la seguridad (SecOps).

**L**os nuevos paneles de control GreenOps,

FinOps y SecOps ofrecen una visión agregada de todas las cuentas en la nube que gestionan los *partners*. De esta manera, Arrow les ayuda a mejorar la gestión de costes y el análisis de seguridad, a la vez que colabora en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.

"A medida que la dinámica del mercado cambia hacia el todo como servicio, Arrow está lanzando nuevas herramientas de evaluación y gestión de la nube a través de una experiencia impulsada por la plataforma

ArrowSphere para ayudar a su ecosistema a escalar XaaS en sus clientes", ha comentado Shanno McWilliams, vicepresidente global de ArrowSphere para la división de negocio Enterprise Computing Solutions del mayorista.

Por su parte, Eric Gourmelen, vicepresidente global y director tecnológico de la nube para la división En-



**Eric Gourmelen,**  
vicepresidente global y director tecnológico de la nube para la división Enterprise Computing Solutions de Arrow


terprise Computing Solutions de Arrow, ha recordado que durante la última década, "ArrowSphere ha evolucionado de una plataforma transaccional a una plataforma automatizada que apoya la excelencia empresarial en la nube".

Sobre las últimas novedades Gourmelen ha explicado que están centradas en "simplificar y crear transpa-

rencia en torno a la gestión de costes, supervisar la sostenibilidad y ayudar a garantizar que las soluciones de los clientes finales estén protegidas frente al panorama de amenazas en constante cambio".

## Novedades

En nuevo panel de control GreenOps está diseñado para ayudar a desarrollar soluciones que tengan un impacto mínimo en el medioambiente. Por su parte, el panel dedicado a la optimización de costes (FinOps) permite a los *partners* tomar decisiones con sus clientes sobre cómo optimizar su gasto en la nube.

Por último, el panel SecOps proporciona un sistema de puntuación único en el que el 100 % es sinónimo de cobertura de seguridad completa. De esta manera, los socios conocen la posición de seguridad de todos sus clientes finales y son capaces de identificar posibles amenazas, así como aprobar medidas proactivas. 

**Arrow**  
arrow.es



## PUBLICACIONES

Para profesionales del canal de distribución TIC



Para gerentes de la pyme



Para C-Level de mediana y gran empresa



POS, captura de datos y retail



Para los CISO de las compañías



# Intel acerca la IA a sus clientes con Intel Core Ultra e Intel Xeon de 5ª generación

"AI Everywhere" ha sido el marco elegido por Intel para presentar sus nuevos productos. Unas soluciones basadas en inteligencia artificial y que, como el propio nombre del evento indica, acercan esta tecnología a los clientes llevándola a todas partes a través del centro de datos, la nube, la red, el edge y el PC.

**D**urante el evento Intel ha presentado dos nuevas familias de procesadores, por un lado, los procesadores Intel Core Ultra para portátiles y, por otro lado, los procesadores Intel Xeon de 5ª generación. Además, Pat Gelsinger, CEO de la compañía, ha aprovechado el evento para mostrar por primera vez un acelerador de IA Intel Gaudi3, el cual llegará a lo largo de este 2024.

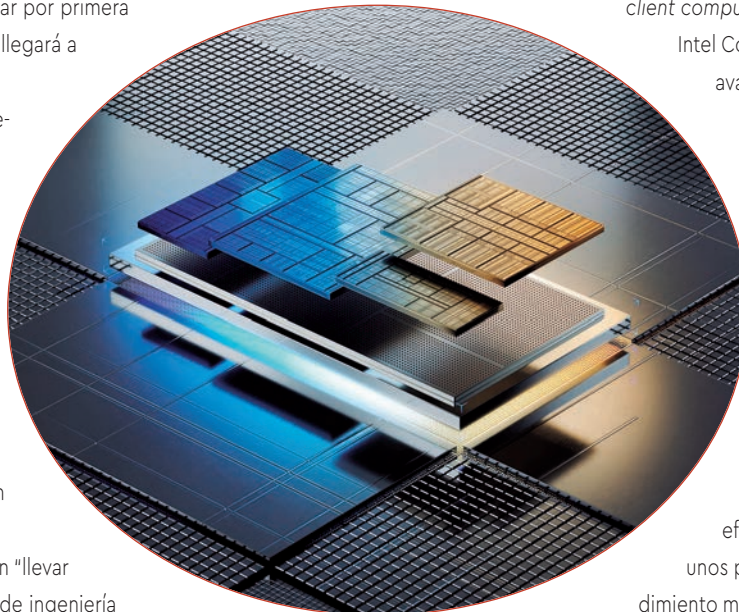
"La innovación en IA está preparada para elevar el impacto de la economía digital hasta un tercio del producto interior bruto mundial", ha afirmado Gelsinger. El responsable de la compañía ha asegurado que "Intel está desarrollando las tecnologías y soluciones que permiten a los clientes integrar sin problemas y ejecutar eficazmente la IA en todas sus aplicaciones en la nube y, cada vez más, localmente en el PC y en el edge, donde se generan y utilizan los datos".

Gelsinger destacó el compromiso de Intel con "llevar la IA a todas partes a través de plataformas de ingeniería excepcionales, soluciones seguras y soporte para ecosistemas abiertos". Sobre las nuevas gamas de procesadores, el directivo comentó que "la cartera de productos de IA se refuerza aún más con el lanzamiento de Intel Core Ultra, que marca el comienzo de la era de los PC con IA y con la 5ª generación de Xeon acelerada por IA para la empresa".

## Los anuncios del "AI Everywhere"

Intel presentó su nueva familia de procesadores Intel Core Ultra para portátiles. Se trata de la primera gama basada en la tecnología de proceso Intel 4 y los primeros procesadores de la compañía que ofrecen mayor eficiencia energética. Además, Intel Core Ultra marca el inicio de la era del PC con IA impulsando los 230 primeros dispositivos con esta tecnología de diferentes socios como Acer, Asus, Dell, Dynabook, Gygabyte, HP, Lenovo, LG, Microsoft, MSI y Samsung. Unos procesado-

res que ya están disponibles tanto en tiendas como en el entorno *online* a nivel mundial. "El lanzamiento de Intel Core Ultra representa la escala y velocidad inigualables con las que Intel está haciendo posible la IA en el PC", ha asegurado Michelle Johnston Holthaus, *Intel executive vicepresident and general manager of client computing group*.




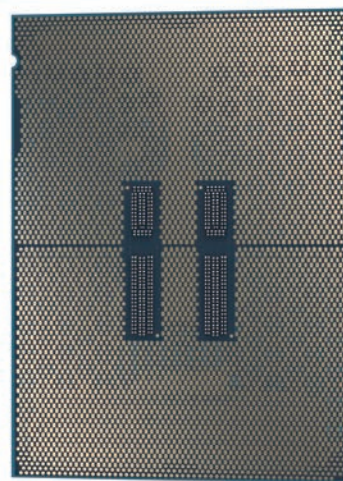
Intel Core Ultra emplea la tecnología de encapsulado avanzado Foveros 3D gracias a la cual se puede combinar propiedades intelectuales avanzadas con procesos de vanguardia para optimizar el rendimiento y la capacidad. Además, proporciona una GPU Intel Arc integrada que dispone de hasta ocho núcleos X, X Super Sampling basado en IA, compatibilidad con DX12 Ultimate y hasta el doble de rendimiento gráfico que la generación anterior.

Respecto a la 5ª generación de procesadores Xeon, garantiza mayor rendimiento y eficiencia que la generación anterior. Se trata de unos procesadores que ofrecen un 21 % más de rendimiento medio para el rendimiento informático general y permiten un 36 % más de rendimiento medio por vatio en una amplia gama de cargas de trabajo del usuario.

La combinación de los aceleradores de IA integrados con el software optimizado y las capacidades de telemetría mejoradas permiten despliegues más manejables y eficientes para cargas de trabajo más exigentes, tanto en red como en *edge*, de proveedores de servicios de comunicación, redes de distribución de contenido y amplios mercados verticales.

Por último, Intel mostró por primera vez el acelerador con IA Intel Gaudi3. Se trata de un acelerador de próxima generación para aprendizaje profundo y modelos generativos de IA a gran escala.

Intel Gaudi3 llegará al mercado este año. Tras su lanzamiento la compañía espera hacerse con una mayor cuota del mercado de los aceleradores. 





# La Unión Europea, pionera en la regulación de la inteligencia artificial



El proyecto de reglamento tiene por objetivo garantizar que los sistemas de IA introducidos en el mercado europeo y utilizados en la UE sean seguros y respeten los derechos fundamentales y los valores de la UE. Establece reglas para evitar que la IA cause daño a la sociedad y en función del riesgo que pueda causar, más estrictas serán las reglas.

En el riesgo mínimo entran la mayoría de los sistemas de inteligencia artificial. Las aplicaciones de riesgo mínimo, como los sistemas de recomendación o los filtros de correo no deseado basados en la inteligencia artificial, disfrutarán de libertad; aunque de forma voluntaria las empresas podrán suscribir códigos de conducta adicionales sobre estos sistemas. Los sistemas de inteligencia artificial definidos como de alto riesgo deberán cumplir requisitos estrictos como sistemas de mitigación de riesgos, conjuntos de datos de alta calidad, registro de actividad, documentación detallada, información clara a los usuarios, supervisión humana y un alto grado de solidez, precisión y ciberseguridad.

En este apartado de alto riesgo se encuentran los relacionados con las infraestructuras críticas, por ejemplo, en los ámbitos del agua, el gas y la electricidad; productos sanitarios; los sistemas para determinar el acceso a instituciones educativas o para la contratación de personas; o determinados sistemas utilizados en los ámbitos de la policía, el control fronterizo, la administración de justicia y los procesos democráticos. También se incluyen los sistemas de identificación biométrica, categorización y reconocimiento de emociones.

En el apartado de riesgo inadmisibles se encuentran los sistemas de inteligencia artificial que se consideren una clara amenaza para los derechos fundamentales. Esto abarca los sistemas o las aplicaciones de inteligencia artificial que manipulen el comportamiento humano para eludir la voluntad de los usuarios y los sistemas que permitan la "puntuación social" por parte de Gobiernos o empresas.

En el riesgo específico de transparencia la norma indica que en los sistemas de inteligencia artificial, como los robots conversacionales, los usuarios deben ser conscientes de que están interactuando con una máquina. Tendrán que ser informados cuando se utilicen sistemas de categorización biométrica o de reconocimiento de emociones. Los proveedores tendrán que diseñar los sistemas de manera que los contenidos sintéticos de audio, vídeo, texto e imágenes se marquen en un formato legible por máquina y puedan reconocerse como generados o manipulados artificialmente.

La normativa señala que se impondrán multas a las empresas que no cumplan las normas que oscilarían entre 35 millones de euros o el 7 % del volumen de negocio anual mundial (si esta cifra es superior) por infracciones relacionadas con aplicaciones de inteligencia artificial prohibidas; 15 millones de euros o el 3 % por incumplimiento de

El acuerdo entre el Consejo y el Parlamento Europeo alcanzado el pasado día 9 de diciembre sobre las normas armonizadas en materia de inteligencia artificial posiciona a la Unión Europea como la primera comunidad en el mundo en contar con una regulación de la IA que puede ser, además, un estándar para otras jurisdicciones.



otras obligaciones; y 7,5 millones de euros o el 1,5 % por la presentación de información incorrecta. También se prevén otras cuantías para las multas administrativas para las pymes y las empresas emergentes en caso de infracción de la ley de IA.

## Reacciones

El acuerdo ha suscitado diferentes reacciones. La presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen, declaró que "la ley de IA lleva los valores europeos a una nueva era. Al centrar la regulación en los riesgos identificables, el acuerdo alcanzado fomentará la innovación responsable en Europa. Nuestra ley contribuirá de manera sustancial a la formulación de normas y principios mundiales sobre una inteligencia artificial centrada en el ser humano".

En la industria tecnológica, Neil Thacker, CISO en EMEA de Netskope, comentó que "la ley intenta ofrecer orientación y protección en los diversos ámbitos en los que la IA tendrá un gran impacto. Lo primero a lo que deben prestar atención las empresas no especializadas es a las referencias a los sistemas de IA de propósito general (GPAI). Las nuevas leyes incluyen requisitos de transparencia que incluyen la documentación técnica y el cumplimiento de las leyes de derechos de autor de la UE, y cuando esta información no esté disponible, se exigirá a las empresas que controlen el uso de dichos sistemas dentro de su organización. Me satisface especialmente que la legislación incluya requisitos explícitos de resúmenes detallados sobre el contenido utilizado en el entrenamiento del sistema".

# El Gobierno aprueba el Reglamento de la Ley Antifraude



El reglamento fue aprobado el pasado 5 de diciembre por el Consejo de Ministros y entró en vigor el 7 de diciembre. Según indica la Orden Ministerial, las empresas deberán tener adaptados sus sistemas informáticos a las características y requisitos indicados en la nueva normativa antes del 1 de julio de 2025. En el caso de los desarrolladores y comercializadores de sistemas informáticos de facturación el periodo se reduce a nueve meses desde su aprobación. En caso del incumplimiento de la normativa, las pymes y autónomos se enfrentarán a multas fijas de 50.000 euros por ejercicio.

La nueva Ley Antifraude afecta a todas las transacciones comerciales, es decir a todas las facturas de ventas, y el órgano responsable de su cumplimiento es el Ministerio de Hacienda y Función Pública.

## Requisitos del sistema informático

En Wolters Kluwer Tax & Accounting España han desgarnado, a través de una completa guía, todos los aspectos relevantes y requisitos que deberán cumplir las soluciones implementadas por las empresas. En primer lugar, el sistema informático

Tras meses de espera el Reglamento de la Ley Antifraude fue aprobado por el Gobierno mediante el Real Decreto 1007/2023 del 5 de diciembre. Esta nueva normativa busca, a través de la obligatoriedad de disponer de un registro de facturación, evitar el fraude fiscal. La nueva ley garantiza la inalterabilidad, trazabilidad y conservación de las facturas, así como el envío, de manera mecánica y automatizada, de dichos registros a la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT).

deberá crear un registro de facturación de alta para cada entrega de bienes o servicio que se preste. Este registro deberá ser desarrollado de manera simultánea o, en su defecto, antes de la expedición de la factura.

En segundo lugar, la información registrada deberá ser enviada, de forma continuada, segura, correcta e íntegra, a la AEAT. Garantizar la trazabilidad de los registros, mediante el encadenamiento de los mismos, es el tercer requisito indispensable que deben cumplir los nuevos sistemas informáticos de facturación.

Por último, los sistemas establecidos por las empresas tendrán que disponer de un registro de eventos en el que se engloben tanto las interacciones como las operaciones realizadas en él, así como los sucesos acontecidos durante su uso.



**Wolters Kluwer**  
wolterskluwer.com/es

## El uso de la factura electrónica es obligatorio en el 87 % de los países europeos

El estudio "La factura electrónica B2B en Europa", elaborado por Seres, revela que el 100 % de los países europeos hace uso de la factura electrónica en sus transacciones comerciales. Además, en el ámbito de las Administraciones públicas, el 87 % de los países ya ha implementado la factura electrónica de forma obligatoria, mientras que el 13 % restante la ha utilizado de forma voluntaria durante 2023.

Italia es el país pionero en la implementación de la factura electrónica en el entorno B2G. El resto de países se encuentra en diferentes puntos en el proceso de implantación. Francia, por ejemplo, cuenta con un avanzado proyecto para la masificación del uso de la factura electrónica, mientras que Alemania, Bélgica o Grecia están todavía di-

señando los planes para implementarlo en los próximos tres años.

En el caso de España, la factura electrónica para las relaciones B2G se incorporó en 2015 y se ha extendido su obligatoriedad a los subcontratistas del Estado desde hace unos años. Por su parte, la Ley Crea y Crece, vigente desde el 19 de octubre de 2022, exige el uso de la factura electrónica en las transacciones comerciales entre empresas y autónomos. Una normativa que impactará, inicialmente, a las empresas con una facturación superior a 8 millones de euros, las cuales tienen la obligación de contar con una solución de este tipo durante este 2024. El resto de compañías tendrá un año adicional para implantar la facturación electrónica.

El informe de Seres también muestra la evolu-

ción de Europa en digitalización y eficiencia de procesos comerciales. La Comisión Europea ha puesto en marcha el proyecto ViDA, una iniciativa para promover la factura electrónica con el objetivo de su completa implementación en todos los países miembros para 2030.

Otra iniciativa es la red PEPPOL. Se trata de un proyecto piloto de la Comisión Europea dirigido a facilitar el intercambio electrónico seguro de documentos entre países. En el ámbito B2B este proyecto optimiza las transacciones y representa una puerta de acceso a mercados internacionales al permitir la conexión con cualquier entidad pública o privada en la red mediante su modelo de cuatro esquinas.

**Seres**  
seres.es



Primer año de la implantación de IBM Partner Plus

## “El objetivo es liderar el desarrollo de la inteligencia artificial en el entorno empresarial”

Sigue creciendo el negocio del ecosistema de *partners* de IBM. Transcurrido el primer año de funcionamiento de IBM Partner Plus, Raúl García, *ecosystem leader* de IBM para España, Portugal, Grecia e Israel, hace un buen balance del trabajo con el ecosistema, que sigue ampliando su peso en la facturación de la compañía. Entre los retos para este 2024, IBM persigue liderar el desarrollo de la inteligencia artificial para el entorno empresarial. “Tenemos la tecnología, el ecosistema y el momento de mercado para hacerlo”. Junto al incremento del número de *partners*, el directivo quiere hacer crecer el negocio con los existentes “gracias a la adopción de las nuevas tecnologías que hemos incorporado en nuestra oferta relacionadas con la sostenibilidad, la inteligencia artificial o FinOps”.



**H**ace 3 años IBM metió una marcha más a su estrategia con el canal, con una mayor inversión para convertirlo en motor de su negocio. Una estrategia que desembocó en el programa IBM Partner Plus, que sucedía tras más de dos décadas de servicio a IBM PartnerWorld. Se ponía el acento en la simplificación, con mayores beneficios e incentivos para el canal; y una mayor cercanía. ¿Qué balance hace de este primer año de implantación? ¿En qué se ha mejorado?

El balance es positivo. El programa se generó recogiendo el *feedback* de los *partners* para mejorar la iniciativa en aras de una mayor agilidad, simplificación y transparencia; en definitiva, que fuera más dinámico. IBM PartnerWorld era un programa muy sólido y robusto, pero los *partners* deseaban una mayor agilidad con un mejor acceso a los recursos relacionados con los precios, el marketing o las campañas. De cualquier manera, no hemos parado porque seguimos recogiendo *feedback*: el objetivo es que el programa siga evolucionando, ga-



**Raúl García,**  
ecosystem leader de IBM para España, Portugal, Grecia e Israel

“Los *partners* que lleguen a nuevos clientes y comercialicen las herramientas de software, promoviendo activamente la tecnología, son los que consiguen mejores incentivos”

nando, por ejemplo, en una mayor transparencia en relación a los incentivos a los que el *partner* tenga acceso en cada momento. Vamos a seguir trabajando pero la acogida ha sido muy buena.

**Uno de los retos era llegar a más sectores y a más lugares con el ecosistema. ¿Se ha conseguido? ¿Qué áreas se han conquistado?**

Se está consiguiendo. Uno de los aspectos a desarrollar era acceder a nuevos *partners* que desplieguen nuevos modelos de negocio. Veníamos de un modelo vinculado con la transacción y la reventa; y estamos evolucionando hacia fórmulas en las que las empresas embeban la tecnología de forma natural, lo que nos ha llevado a intensificar la relación con

los ISV, un apartado al que no estábamos tan habituados en IBM. Esto está cogiendo mucha tracción y no solo con tecnologías como la inteligencia artificial o FinOps, también en el área de la infraestructura. Por tanto, estamos accediendo tanto a nuevos ISV como en aquellas

# EN PRIMERA PERSONA

compañías con las que ya trabajamos, con un perfil de integrador, tanto grandes como pequeños, estamos favoreciendo que adopten este modelo de embeber la tecnología dentro de su negocio. Esto nos está permitiendo llegar, a través de ellos, a nuevos clientes, no solo en el sector financiero o el área pública, donde estamos cogiendo mayor relevancia, también en segmentos fuera de las áreas de Madrid y Barcelona, lo que nos ha permitido ampliar nuestra capilaridad en regiones en las que nuestra cuota de mercado es más reducida.

**Precisamente una las grandes novedades era una mayor facilidad para integrarse en el ecosistema. Se reducía a un día el tiempo necesario para que un partner se inscriba en el programa y empiece a transaccionar con IBM. Una posibilidad que identificaba con New Partner Accelerator, que proporciona formación y otros beneficios durante los primeros seis meses. ¿Se ha conseguido acelerar este proceso?**

Uno de los puntos de mejora que habíamos recogido era que podían pasar semanas desde que un nuevo partner mostraba su interés por una tecnología hasta que se daba de alta en el sistema. Hemos conseguido que en dos o tres días ya estén dados de alta, lo que nos permite centrarnos en su capacitación y en diseñar un plan de negocio ajustado a su perfil.

**IBM cerró ejercicio el pasado 31 de diciembre. ¿Qué balance se puede hacer del negocio del canal en España? ¿Ha seguido creciendo?**

El año ha sido muy bueno. Tanto el negocio de tecnología de IBM como el del ecosistema están creciendo por encima de la media del mercado y también por encima de la media de IBM a nivel global. El porcentaje que está consiguiendo el canal dentro del negocio de IBM está creciendo también. Con lo cual, empezamos a recoger el fruto de esas semillas que hemos plantado en estos años.

**A pesar del imperio de la nube el área Systems sigue siendo un elemento esencial en la estrategia. ¿Qué rentabilidad se le abre al canal la comercialización de los servidores (Power) y de las soluciones de almacenamiento?**

La estrategia de IBM reside en la nube híbrida; lo que requiere disfrutar de una buena nube pública

y de una buena infraestructura. En el caso del almacenamiento, por ejemplo, es una unidad que está creciendo mucho. Hay varias razones. La primera es que contamos con una tecnología muy competitiva. También los precios son competitivos. Contamos con un equipo de IBM y con un ecosistema muy capacitado y comprometido; a lo que hay que sumar un modelo de incentivos que resulta muy atractivo al ecosistema. En el despliegue del modelo híbrido, habrá cargas que residan en la nube pública mientras que otras deben permanecer en un entorno privado, lo que concede un gran importancia a la infraestructura.

**En el área del cloud y del software, hace más de dos años se llevó a cabo una simplificación de la oferta, muy amplia, agrupándola en torno a 7**

“Los mayoristas, Arrow y TD Synnex, tienen cada vez mayor relevancia”

**áreas: inteligencia artificial, business automation, entornos de operación, data resilience, Red Hat, data fabric y zero trust. ¿Se sigue manteniendo esta estructura?**

Hemos seguido simplificando y evolucionando la oferta. La inteligencia artificial para empresas se ha convertido en un área fundamental, pero la oferta ha seguido evolucionando, con un desarrollo en torno a cuatro pilares. La seguridad es uno de ellos, un área muy reforzada con las adquisiciones. Hay que recordar que desde la compra de Red Hat IBM ha llevado a cabo más de 30 compras en diferentes segmentos.

Otra área es la sostenibilidad, donde también hemos llevado a cabo adquisiciones, por ejemplo, en el área de la gestión de activos, como Envizi, una compañía centrada en la gestión y en la operación de la sostenibilidad. Los otros dos pilares son data e inteligencia artificial, y automation, que incluye tecnologías de RPA o de gestión de procesos. En todas las áreas se han llevado a cabo adquisiciones, las más conocidas Instana o Turbonomic; o la última, el pasado mes de octubre, Manta Software, en el área de la inteligencia artificial.

**Y, analizando la participación del canal, ¿en qué áreas cuenta con mayor presencia y en cuáles necesita mayor recorrido?**

En el área de la seguridad tenemos un ecosistema

muy sólido y donde más está creciendo, lógicamente, es en torno a la inteligencia artificial y en los entornos de FinOps, área en la que IBM adquirió a principios del pasado año Apptio, una tecnología que mejora las inversiones de los clientes en la infraestructura y en el entorno del cloud. Uno de los retos del mercado es que, al dispararse las cargas, tanto en los entornos públicos como en los privados, es esencial gestionar los costes de una manera eficiente.

**Otra área clave para IBM son las soluciones de IA, con la plataforma de IA Generativa watsonx. ¿Qué distingue a la oferta de IBM?**

Nuestra apuesta es por una inteligencia artificial para empresas y el objetivo es convertirnos en número uno en este apartado. IBM ha lanzado una plataforma basada en tres pilares. Uno, el estudio para nuevos modelos fundacionales; modelos que partners y clientes pueden traer, ya que se trata de una fórmula de ecosistema. Por ejemplo, hay modelos fundacionales que se han generado en colaboración con la NASA.

Lógicamente, los datos son fundamentales, con un módulo específico orientado a su gestión eficiente. Por último, otro apartado clave es el buen gobierno de los modelos de inteligencia artificial, que sean seguros y transparentes. Este punto es absolutamente diferenciador.

**¿Cómo puede aprovecharla el canal?**

Conceptualmente, no es un modelo que el canal consuma, sino que se trata de que el canal sea partícipe de generar modelos fundacionales. IBM lo basa en casos de uso: es esencial que sea aplicable, que genere ahorros y eficiencias, y que posibilite una mejor interacción con los clientes. Todo esto genera proyectos. Tener un canal formado, capacitado y alineado con estos conceptos de buen gobierno de la inteligencia artificial, de eficiencia, apertura y transparencia, genera proyectos per se. En el mercado hay una necesidad de habilidades y de recursos específicos para el desarrollo de la inteligencia artificial, por lo que hay mucho negocio para los partners. Queremos estar muy cerca de ellos porque el aterrizaje en el mercado de la inteligencia artificial para empresas está siendo muy bueno.

**El programa mantiene los mismos niveles (Silver, Gold y Platinum) y hasta el pasado 1 de julio**



**se establecía un periodo de transición para dar a los partners la oportunidad de analizar su situación y determinar hacia dónde quieren evolucionar. ¿Ya están los partners perfectamente ubicados?**

Sí, todos han evolucionado al nuevo programa. Se ofreció ese plazo para alinear las facturaciones y las formaciones necesarias con los nuevos criterios. Tras este periodo, todos cuentan ya con su categoría y seguimos evolucionando para hacerles crecer a los niveles más altos.

**Clave era el programa de incentivos que entró en vigor el 1 de abril. ¿Cómo ha funcionado? ¿Se ha aprovechado?**

Sí que lo ha aprovechado. Con el programa de incentivos se trataba de que, desde el primer día, fuera visible para el canal y tuviera una completa transparencia para que el partner a la hora de hacer la propuesta ya supiera los incentivos que pudiera recibir por tipo de cliente y por tecnología. Va orientado a reconocer e incentivar a aquellos partners que invierten en nuestra tecnología y que adquieran compromisos. Por supuesto, se sigue mejorando, pero la acogida y el aprovechamiento están siendo muy buenos, sobre todo para aquellos que han entendido que hay una apuesta firme por el desarrollo de nuevos clientes y de las últimas tecnologías.

**¿Qué es lo más rentable para un partner?**

Los partners que lleguen a nuevos clientes y comercialicen las herramientas de software, promoviendo activamente la tecnología, son los que consiguen mejores incentivos.

**Y, los mayoristas, Arrow y TD Synnex, ¿qué papel juegan en el ecosistema y en esta estrategia?**

Cada vez se les da mayor relevancia y están tomando un rol cada vez más importante. Hay muchas áreas mucho más allá de hacer una buena propuesta, financieramente viable para el partner, que incluyen la capacitación y orientación del canal y su acercamiento a nuevos partners. Hay muchos puntos de la cadena de valor que estamos poniendo en sus manos como, por ejemplo, el desarrollo de acciones de marketing para generar nuevas oportunidades.

**El pasado mes de julio IBM abrió en España su primera región "Cloud Multizona" (MZR), que comprende tres centros de datos ubicados en Alcobendas, Las Rozas y Madrid capital. ¿Qué**

**papel cree que debería desempeñar esta región en el negocio del canal?**

Hay que recordar que cualquier infraestructura que se ubique en un país señala una atracción de negocio. IBM ha visto en España un gran potencial.

pero hay que acompañarlo de otras tecnologías y de un gobierno que limite el acceso a los datos. Contamos con tecnologías de encriptación que aseguran que el proveedor, en este caso IBM, no pueda acceder al dato. Se trata de la tecnología



**“El porcentaje que está consiguiendo el canal dentro del negocio de IBM sigue creciendo”**


En Europa contamos con las regiones de Londres, Frankfurt y, ahora, Madrid. Además del negocio, es una región cloud especializada en el entorno empresarial y para compañías con cargas altamente reguladas. Por tanto, tanto el canal como los proyectos tienen ese carácter empresarial y se despliegan en entornos sensibles. Cualquier iniciativa que hacemos en la región cloud va acompañada de un proyecto vinculado con la soberanía del dato, su regulación, etc.

**Unas zonas que vuelven a traer a primera línea el debate sobre la soberanía del dato y el obligado cumplimiento de las normativas europeas sobre su seguridad y custodia. ¿Ha aumentado la concienciación entre las empresas españolas y el ecosistema de partners de la importancia, capital, de este asunto?**

Tener una región cloud en España, en Europa, ayuda, pero no es condición única para garantizar que haya una soberanía del dato. En el caso de IBM, uno de los puntos fundamentales es la protección del dato; un concepto que va más allá de su localización en España. Esta ubicación permite ventajas, por ejemplo, en cuanto a las latencias,

Hyper Protect Crypto Services que asegura la protección frente al propio hiperescalador.

**De cara a 2024, ¿qué retos principales se marca con el canal?**

Después del lanzamiento de watsonx el pasado mes de mayo el objetivo es ser el número uno en inteligencia artificial para el entorno empresarial: tenemos la tecnología, el ecosistema y el momento de mercado para hacerlo. Hay que seguir creciendo en el número de partners con los que trabajamos y también en el negocio con los existentes gracias a que vayan adoptando las nuevas tecnologías que hemos incorporado en nuestra oferta relacionadas con la sostenibilidad, la inteligencia artificial o FinOps. Y seguir creciendo en áreas donde tenemos un buen posicionamiento, como el almacenamiento, las tecnologías Power o el mainframe, área muy resiliente y muy valorada por los clientes, en la que los partners también están participando en los proyectos. Cada vez hay un mayor ecosistema trabajando en torno a él. 

Fabricantes y mayoristas hacen sus previsiones para este año

# ¿Qué nos deparará 2024?

El sector TIC tiene una gran capacidad de adaptación a todas las circunstancias del mercado. El trabajo y la innovación son sus mejores armas para sortear las dificultades y afrontar un nuevo año con renovada ilusión para dar lo mejor de sí. Los principales actores del mercado tecnológico dan su visión de este año respondiendo a estas dos preguntas:

- 1 - El informe de la "Década Digital 2023" de la Comisión Europea sitúa a España en un puesto avanzado en digitalización y conectividad, aunque recomienda seguir impulsando la digitalización de las pymes, que están ligeramente por debajo de la media europea con un 68 % frente al 69 %, y continuar la digitalización de los servicios públicos. **A su juicio, ¿qué papel tendrá que jugar en 2024 el sector TIC para contribuir al avance en estas dos áreas? ¿Qué medidas se tendrían que poner en marcha para mejorar en estos indicadores?**
- 2 - Desde el punto de vista particular, **¿qué objetivos quieren alcanzar en 2024 y qué estrategia van a poner en marcha para alcanzarlos?**

 Olga Romero

 Rosa Martín

## ACER

1 - Lo más importante que podemos hacer para impulsar la digitalización de las empresas y de las personas es divulgar, educar. La tecnología, aunque cada vez ocupa más titulares, sigue generando cierta desconfianza derivada de su desconocimiento, lo que frena el avance de la digitalización en sus primeras etapas. Si hacemos una buena labor divulgativa, explicando a las personas y a las empresas los beneficios que van a obtener al digitalizarse en tiempo y forma, y en paralelo les explicamos los riesgos que también conlleva la digitalización —y la forma de defenderse—, estoy convencido de que muchas más personas y empresas serán "early adopters" y no tendrán miedo de innovar, probar y asumir las nuevas tecnologías que surjan. Y esa labor también recae en el sector de las TIC, porque somos esa punta de lanza que, a través de dispositivos y ecosistemas, hace posible que las personas y las empresas accedan a la tecnología en su día a día. Por eso en Acer ponemos tanto el foco en la generación de herramientas que facilitan esta adopción como en la educación y la formación porque creemos que son elementos claves para una digitalización completa, continua y exitosa.



**Jaume Pausas,**  
marketing manager  
de Acer

2 - Vamos a seguir trabajando para ofrecer a nuestros clientes una amplia gama de dispositivos de última generación que se adapten a sus diferentes necesidades de digitalización, ya sean portátiles para trabajadores, estudiantes o gamers, monitores para trabajar y disfrutar del ocio, y, en definitiva, todo lo necesario para aprovechar la tecnología. Nos esforzamos por diseñar dispositivos duraderos, fiables y eficientes, además de sostenibles tanto en sus materiales, cada vez en mayor proporción reciclados y socialmente responsables, como en la progresiva eliminación de plásticos y embalajes innecesarios. Además, nuestros dispositivos son más eficientes desde el punto de vista del consumo energético, por lo que tratamos de contribuir a que un mayor grado de digitalización no implique un daño al planeta. Queremos seguir por esta senda en 2024, lanzando novedades en nuestras diferentes familias de producto, como nuevos portátiles y ordenadores que permitan mayores capacidades a nuestros clientes, estaciones de energía solar portátiles, soluciones de movilidad urbana, etc. Nuestra estrategia será la misma que hasta ahora: escuchar al cliente para conocer sus necesidades, apostar por incluir tecnología punta, de última generación, en nuestros productos, hacerlos cada vez más sostenibles y seguir tejiendo una amplia gama de dispositivos con distintas características, de manera que cada persona y empresa pueda encontrar la propuesta que mejor se ajuste a sus objetivos apoyándonos siempre, formando y aportando valor a nuestro canal de distribución para lograr este objetivo.



## BITDEFENDER



**Luis Fisas,**  
Bitdefender regional sales  
director southern Europe

**1** - El 94 % de las empresas españolas tiene dos o menos empleados y eso lo dice todo en cuanto al tamaño de nuestro tejido empresarial que tiene más de 3,3 millones de autónomos y 2,9 millones de empresas con menos de 250 empleados. Si bien el nivel de digitalización de la Administración española y de las grandes empresas es elevado, en España siendo unas 5.500 empresas con más de 250 empleados, todavía hay mucho por recorrer en las pymes que son la gran mayoría. El sector TIC es fundamental

para esta digitalización ya que son los distribuidores e integradores los que realizan esta labor puesto que tienen los conocimientos que la pyme ni tiene ni tendrá. Es por ello, que el canal de distribución es fundamental y se debería apoyar con más entusiasmo. Los fondos NextGenerationEU eran una buena idea, pero la implementación práctica, al menos en España, ha sido y está siendo un fracaso ya que los fondos no llegan a este tejido empresarial sino, como hemos visto, se están quedando en la Administración o en grandes proyectos. Nuestra tradicional burocracia ha impedido al canal de distribución sacar todo el rendimiento a estos fondos NextGenerationEU. Se debería articular un mecanismo más sencillo para poder repartir estos fondos, como se ha hecho muchos años con el plan Renove de automoción.

**2** - En Bitdefender estamos comprometidos con el canal de distribución y nos esforzamos continuamente en dotar a los distribuidores TIC de herramientas eficaces a la par que sencillas, para proteger a sus clientes de las ciberamenazas. Tradicionalmente nos hemos movido en el sector pyme, pero en el último año y medio hemos incorporado a nuestro *portfolio* herramientas más adecuadas para la gran cuenta como MTD (*Mobile Threat Detection*), *threat intelligence* (análisis proactivo de las amenazas en la *dark web*) y recientemente CSPM+ (*Cloud Posture Management*) para la protección de las soluciones *cloud*. Asimismo, hemos ampliado nuestra oferta con servicios gestionados MDR (*Managed Detection and Response*) de forma que los distribuidores de informática pueden disponer de todos los recursos de nuestro laboratorio para el análisis de lo que ocurre en sus clientes y evitar errores y ataques debidos a la "fatiga" o a la sobreabundancia de información (falsos positivos).

## CANON



**Eva Sánchez-Caballero,**  
head of Solutions  
de Canon España

**1** - Las pymes y el sector público son dos grandes tractores de la economía española y por ello la digitalización de sus procesos es tan importante. Desde Canon, en general, y desde nuestra área de soluciones, en particular, Canon Information Management Solutions, ofrecemos a todo tipo de empresas, ya sean públicas o privadas, o grandes y pequeñas, nuestras soluciones y servicios para ayudarles a trabajar de manera inteligente gracias a tecnologías que favorecen la integración de los flujos de trabajo digitales y en papel. Además, nos centramos en agilizar la digitalización de sus procesos, tanto manuales como automatizados, para impulsar la eficiencia operativa y mejorar la capacidad de adaptación de estas organizaciones en un entorno empresarial cada vez más dinámico y digitalizado.

**2** - Desde Canon España estamos reforzando nuestra área de soluciones con el fin de ayudar a las compañías a potenciar la optimización de su gestión de la información. Nuestro objetivo es ayudar a las organizaciones a mejorar sus procesos documentales en sus áreas financieras, logísticas y recursos humanos. Otro de los aspectos en los que pondremos foco es en ayudar a estas compañías a abordar sus modelos de trabajo híbrido. Y es que tanto las pequeñas y medianas empresas como las organizaciones públicas apuestan también por este entorno de trabajo mixto. Y para conseguirlo, necesitan soluciones que les garanticen un acceso seguro a la información. Y, por último, a día de hoy no podemos hablar de gestión de la información sin mencionar la inteligencia artificial. Esta tecnología, en la que también estamos inmersos, permitirá a las organizaciones avanzar en la optimización de tareas, facilitando el trabajo diario de los empleados. Tareas como la extracción de datos y clasificación de documentos de manera automática, el acceso rápido a la información o la búsqueda de datos específicos en documentos para tomar decisiones informadas serán cada vez más habituales en estas empresas.

CHECK POINT SOFTWARE

**1** - Los datos que nos proporciona el informe de la Década Digital 2023 son alentadores para nuestro país, ya que en la mayoría de ámbitos hemos conseguido mantenernos a la vanguardia en materia de innovación tecnológica. De hecho, se ha elaborado la estrategia España Digital 2026 para promover la transformación digital mediante reformas e inversiones públicas y privadas. Es cierto que la media de digitalización de las empresas es algo menor a las europeas y ahora estamos empezando a ver cómo las compañías van iniciando este proceso tecnológico progresivamente. Los indicadores podrían mejorar, por supuesto, y para ello el sector TIC es imprescindible. Considero que para que se dé esta mejora es necesario atender a diversos factores.

En primer lugar, hay que atender a las capacidades digitales de la población. En segundo lugar, es indispensable que las empresas tengan una estrategia en ciberseguridad sólida y los integrantes posean, del mismo modo, una formación básica en este campo. De hecho, Eurostat incluyó desde el 2021 la seguridad como un requisito indispensable en términos de capacidades digitales, y así se especifica en el comunicado europeo sobre las trayectorias digitales en Europa.

**2** - La ciberseguridad es un componente esencial en la digitalización de las empresas, pero también en el uso cotidiano de la tecnología. Desde Check Point Software queremos colaborar con la innovación y la transgresión digital, pero también queremos proteger a las empresas y a los usuarios, ya que por encima del desarrollo tecnológico está el bienestar de las per-



**Eusebio Nieva,**  
director técnico  
de **Check Point Software**  
para España y Portugal

sonas, su seguridad y el respeto de sus derechos. Podríamos decir que estos son nuestros dos objetivos principales y para conseguir cumplir con ellos consideramos que hay dos estrategias infalibles y fundamentales: la formación y concienciación, y la innovación.

De hecho, como indica el informe "The Global Risks Report 2022" del Foro Económico Mundial, el 95 % de los problemas de ciberseguridad tienen su origen en un error humano. Por tanto, nuestra labor es seguir transmitiendo la necesidad de conocer los riesgos, aportar habilidades esenciales a los usuarios y trabajadores, y fomentar el uso de contraseñas y sistemas de seguridad sólidos.

Por otro lado, nuestro sector debe estar en constante innovación y renovación para mantenernos a la vanguardia y a la par de los ciberdelincuentes.

Desde Check Point Software nos comprometemos a mantenernos en la vanguardia tecnológica para seguir contribuyendo a la digitalización del país y ofrecemos servicios de calidad para que nuestras empresas y los usuarios se sientan siempre seguros navegando en la Red, así como una constante divulgación y concienciación de la importancia de la ciberseguridad.

CISCO

**1** - Pymes y sector público son dos áreas que debemos seguir impulsando en España en términos de digitalización. En el primer caso falla la implementación/adopción, y en el segundo (Administraciones públicas) es necesario reforzar la resiliencia de sus infraestructuras. Para una pyme, digitalizarse significa estar preparada para teletrabajar, mejorar los sistemas de atención al cliente, migrar los sistemas a la nube para poder ser más flexibles y resilientes frente a imprevistos, reforzar la ciberseguridad, automatizar procesos y establecer sistemas de toma de decisiones de negocio basadas en datos. Tecnologías como *cloud*, IoT, ciberseguridad, robótica, RPA, inteligencia artificial y *big data* son los facilitadores de esta evolución. Y aunque las pymes reconocen que la transformación digital ya no es opcional y la mayoría están invirtiendo activamente para digitalizar sus negocios debido al tamaño relativamente pequeño de sus equipos deben priorizar la simplicidad al embarcarse en sus viajes digitales. En Cisco no sólo diseñamos tecnologías de vanguardia para el segmento pyme, sino que además las ofrecemos con un enfoque simplificado. Un ejemplo son los *switches* Catalyst —que se pueden administrar fácilmente con Cisco Business Dashboard— o Meraki MX, una solución SD-WAN y seguridad todo en uno gestionada desde el *cloud* que resuelve los retos urgentes de conectividad y ciberseguridad de las pymes.

Además de tecnologías "as a service", los proveedores también debemos facilitar a las pymes herramientas de financiación tecnológica y mecanismos de consumo flexibles a través de los *partners*, con opciones para consumir tecnología en función de sus prioridades de asignación de capital.



**Andreu Vilamitjana,**  
director general de  
**Cisco** España

Con respecto al sector público, el reto se encuentra en lograr unos servicios públicos digitales más inclusivos, eficientes, integrados, proactivos y de calidad para ciudadanos y empresas. Y eso se consigue con iniciativas transversales como el despliegue de una infraestructura *cloud* híbrida disponible para todas las Administraciones, implementar políticas y servicios públicos basados en datos, analíticas e inteligencia artificial, garantizar la ciberseguridad de los servicios digitales y potenciar los puestos de trabajo de nueva generación dentro de las AA.PP.

**2** - Con casi 40 años de experiencia en redes, Cisco ya está atravesando su propia transformación construyendo el mejor hardware, pero también creando y entregando —junto con nuestro ecosistema de *partners*— el software y los servicios que ayudan a las organizaciones a resolver sus retos de manera más sencilla, rápida y segura.

A medida que aceleramos nuestra propia transformación hacia una empresa de software y como servicio, ofrecemos plataformas impulsadas por IA en redes, seguridad, observabilidad y colaboración.

Durante 2024 esperamos reforzar aún más nuestro posicionamiento en segmentos claves como IA, redes seguras de nueva generación, ciberseguridad y experiencias de aplicaciones optimizadas. Además, a nivel internacional, la combinación de Cisco y Splunk creará una plataforma de datos de extremo a extremo para mejorar la resiliencia digital de nuestros clientes. Y a nivel nacional, gracias al impulso de nuestro programa de aceleración digital (Digitaliza), hemos podido traer a España el primer centro de diseño de semiconductores para redes de Cisco ubicado en Europa que entrará en funcionamiento muy pronto.



COMMVAULT



**Maite Ramos,**  
directora general de  
Commvault

**1** - Las TIC son un factor competitivo decisivo desde hace tiempo y, como es lógico, tendrán un papel fundamental a la hora de contribuir en la digitalización de la Administración pública y de las pymes, como ya están haciendo en otros sectores. Sin tecnologías como la protección y la gestión de los datos, por ejemplo, no se pueden ofrecer nuevos servicios en el entorno digital actual ni se puede ofrecer un servicio al ciudadano de calidad. Además, hay que tener en cuenta el panorama de ciberataques actual, en el que se está utilizando la IA para realizar ataques masivos a todo tipo de organizaciones, también pymes y del sector público, como vemos todos los días en las noticias.

Si las organizaciones no cuentan con las capacidades y la tecnología necesarias para hacer frente a este tipo de ataques, muchas de ellas verán interrumpido su negocio durante semanas, lo que podría llevar a su desaparición.

Respecto a las medidas que pueden ponerse en marcha, es fundamental establecer programas de capacitación específicos para pymes que les proporcionen recursos y formación sobre digitalización, seguridad y protección de datos. También incentivos financieros para la digitalización, mediante préstamos o subvenciones que les ayuden a adoptar tecnologías que pueden ayudarles.

En cuanto a la Administración pública, creo que sería conveniente una mayor comunicación entre los distintos organismos para que pudieran adoptarse estándares comunes respecto a la adopción de tecnologías, con el fin de mejorar su eficiencia. Y, por supuesto, reforzar la segu-

ridad, la protección de los datos y la recuperación para que servicios públicos fundamentales sigan funcionando incluso si son víctimas de ataques.

**2** - Nuestro objetivo es facilitar la ciberresiliencia de nuestros clientes. Es decir, que puedan adaptarse y responder fácilmente ante cualquier ataque a sus datos críticos, con el fin de que puedan continuar su negocio con la mínima interrupción. De hecho, la necesidad de ciberresiliencia nunca ha sido mayor. Si, por ejemplo, una organización es incapaz de recuperarse de un ataque en cuestión de horas, eso puede afectar directamente a la reputación de la marca y a la lealtad de los clientes. Sin embargo, según un reciente estudio de IDC con más de 500 encuestados de ITOps y SecOps, el 59 % de las empresas da por hecho que una recuperación cibernética lleve días o semanas, lo cual es inaceptable cuando se trata de mantener las empresas en funcionamiento.

Por esta razón acabamos de lanzar Commvault Cloud, una plataforma nueva y única para mejorar radicalmente la ciberresiliencia en las organizaciones. Unifica todas nuestras ofertas SaaS y software en una sola plataforma, con visibilidad y control total de los activos. Además, está especialmente diseñada para la resiliencia cibernética, con el fin de permitir a los usuarios predecir las amenazas con mayor rapidez, realizar recuperaciones limpias y acelerar los tiempos de respuesta ante las amenazas, todo ello con el menor coste total de propiedad posible. En Commvault Cloud incorporamos innovaciones que pueden ayudar a los clientes a aprovechar todos los beneficios de la IA y mejorar la resiliencia cibernética. Y, a diferencia de otros que utilizan la IA para simplemente generar contenido, nosotros usamos la IA de una manera que puede ayudar a los clientes a tomar medidas.

En definitiva, nuestros clientes pueden asegurar y recuperar sus datos a través de cualquier carga de trabajo, cualquier infraestructura y desde cualquier lugar a cualquier lugar.

D-LINK

**1** - El sector TIC es el motor de la digitalización en pymes y Administración pública y tanto nosotros, los fabricantes, como los distribuidores e instaladores, debemos tener muy claro que todavía hay un largo camino por recorrer. Es necesario seguir concienciando a la pyme de que la digitalización no solo es tener una web o servicios *cloud*, sino que debe mejorarse la conectividad en sus infraestructuras de red, la ciberseguridad y apostar por tecnologías avanzadas que permitan aumentar la eficacia en todos los procesos posibles sobre todo en la clara necesidad de automatizar procesos si quieren ser empresas competitivas.

Las medidas a poner en marcha pasan siempre por apostar por la formación a las pymes, orientada a aclarar las ventajas que pueden aportar las nuevas tecnologías a sus negocios. En nuestro caso hablamos de tecnologías para afrontar la creciente demanda en ancho de banda, gracias a multigigabit en conmutación de red, *wifi 6* y *7* en *wireless* o 5G en movilidad. Además, la gestión unificada de estas infraestructuras informáticas con nuestra plataforma gratuita Nucleas Connect les permite aumentar la seguridad y el rendimiento sin implicar costes adicionales de licencias, etc.

**2** - Seguir creciendo como lo venimos haciendo en la implantación de nuevas tecnologías en cualquier entorno y a nivel de *switching*, *wireless* centralizado con *wifi* de última generación y movilidad 4G/5G, así como soluciones específicas para entornos industriales y M2M. En todas

ellas seguimos ampliando nuestro *portfolio* para adaptarnos a cualquier necesidad. Por supuesto, no olvidamos nuestro objetivo de mantener el liderazgo en *switching* empresarial *smart managed*, que mantenemos ininterrumpidamente desde hace más de seis años, según datos de Context.

En cuanto a la estrategia, seguiremos fieles a nuestro ADN 100 % canal, ofrecer la cercanía que necesitan nuestros *partners* de la mano de nuestro equipo técnico y comercial que ofrece un detallado asesoramiento preventa y postventa que, sin duda, nos distingue en este competitivo segmento. En este apoyo al canal incluimos también la formación, tanto con certificaciones presenciales impartidas por nuestros ingenieros, como en plataformas *online*, *webinars* y D-Link Academy.

Por supuesto, también haremos importantes esfuerzos para lanzar promociones periódicas de canal que incluirán las soluciones más demandadas para que nuestros *partners* sean más competitivos en su negocio con nosotros.



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

EPSON

**1** - Especialmente en 2020 vimos un fuerte arrión de adquisiciones para la digitalización de procesos y puestos de trabajo. Pero se tuvo que hacer en unas circunstancias en las que no hubo apenas lugar a la reflexión y al análisis. El papel del sector en 2024 será el de contribuir a que esa brecha digital en las pymes se minimice y a que la Administración pública se erija en claro ejemplo de cómo hacer una buena transición digital. Sin embargo, no olvidemos que se debe hacer frente también a otro gran reto, el de la sostenibilidad. Por lo tanto, desde Epson animamos a que se analicen y reflexionen bien los procesos de compra en la búsqueda de las alternativas de menor impacto, que impulsen una digitalización responsable. Por supuesto, nos ponemos a disposición de esas empresas y administraciones para ayudar a entender cómo realizar esos planes de transición hacia una innovación más sostenible.



**Karl Angove,**  
managing director  
en Epson Ibérica y  
vice president de Epson Europe

**2** - Nuestro principal objetivo es dotar a nuestros *partners* de las herramientas y recursos adecuados para hacer realidad esa ansiada doble transición digital y sostenible. Que sus clientes entiendan que tienen en Epson y su canal los mejores aliados para alcanzar altas cotas de productividad, eficiencia y mejoras sustanciales en sostenibilidad. En ese sentido, nos marcamos el objetivo de crecer junto a nuestros *partners*, de estar aún más cerca de todos ellos. Acompañar a las tendencias hacia un sector educativo que añora la hibridación de la docencia tradicional y la capacidad colaborativa de lo digital; apoyar los pasos hacia una gestión del documento de menor impacto medioambiental e incluso dotar de recursos para llevarla a una economía circular; mejorar la calidad y eficiencia de los procesos de asistencia remota con realidad aumentada o introducir nuevos conceptos en la producción industrial que permitan hablar de procesos más eficientes y lleven a las empresas a un nivel superior en cuanto a consecución de objetivos en sostenibilidad. En definitiva, queremos ser el *partner* tecnológico ideal para lograr la transición digital y sostenible.

ESET



**David Sánchez,**  
director comercial  
de ESET España

**1** - Debemos mejorar en lo que respecta a la digitalización y la conectividad y para ello, seguro que el sector TIC tendrá que jugar un papel fundamental este año para contribuir al avance en la digitalización de las pymes y los servicios públicos en España. Me parece que la estrategia España Digital 2026 es un plan ambicioso que tiene el potencial de situar a España a la vanguardia de la digitalización europea. Esta estrategia se centra en los pilares fundamentales de la digitalización como la

conectividad, la capacidad y la innovación digitales. Si se implementa correctamente ayudará de forma muy directa a mejorar los indicadores de digitalización de las pymes y los servicios públicos en España.

Respecto a las pymes, las medidas más importantes podrían ser la formación y capacitación, fundamentales para que la digitalización sea exitosa en estas empresas. Por otro lado, y en la que interviene de forma muy directa el sector TIC, es la de proporcionar soluciones adaptadas a las necesidades de las pymes españolas y otra de las medidas que veo necesarias es la de facilitar el acceso a la financiación o las ayudas para la digitalización. Actualmente existen ayudas enmarcadas en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia; las ayudas del Kit Digital están generando que mejoren estos indicadores, aunque en mi opinión se debería ampliar el número de empresas a las que se les ofrece y, fundamentalmente, mejorar el proceso de gestión de las mismas al sector TIC, para que pueda tener un mayor alcance a nivel nacional.

Respecto a los servicios públicos, la seguridad y la privacidad de los datos deben ser prioritarias, además de su accesibilidad y facilidad de uso. En este caso el objetivo de la digitalización debe ayudar al ciudadano y actualmente en determinados servicios públicos esto no está ocurriendo, provocando que la digitalización no tenga ningún sentido.

**2** - En Ontinet.com somos pioneros en el negocio *online* y gran parte de este negocio se genera gracias a él, por ello año tras año intentamos mejorar nuestra presencia *online*, mantener protegidos y actualizados nuestros sitios web, optimizar continuamente los motores de búsqueda, mejorar nuestra presencia en redes sociales, etc. Por otro lado, intentamos también seguir automatizando nuestros procesos internos para mejorar la eficiencia y, sobre todo, para ahorrar tiempo y dinero. Y, por último, como empresa tecnológica, nos gusta probar nuevas tecnologías y adaptarlas a nuestra empresa con el objetivo de mejorar nuestra competitividad en el mercado.

ESPRINET

**1** - Las compañías de todo tipo de perfil, y sobre todo las pymes, tienen que pensar que o innovan o se quedan atrás. Y todos los que conformamos el sector TIC podemos ayudar y lo estamos haciendo desde hace bastantes años. Las inversiones tienen que buscar la eficiencia en las operaciones, un retorno y una mayor calidad en los procesos. De cara al 2024 continuará la inversión empresarial y pondrá el foco también en el *edge*, *robotics*, IoT y todo con un apoyo en la conectividad. Y hay un factor nuevo que se ha introducido a finales de 2023 y que va tener un gran impacto en 2024 y 2025: la inteligencia artificial. Si en 2023 se ha experimentado con la inteligencia artificial generativa, en 2024 y en 2025 se impondrá la inteligencia artificial predictiva. Se está avanzando para la toma de decisiones más rápida y acertada en todos los sectores y la inteligencia artificial apoyada en *big data* va a ser crucial.

En resumen, se nos están planteando retos distintos que están generando una serie de oportunidades. El mundo es cada día más digital, conectado y global, con lo cual la necesidad de que todas las compañías se sigan transformando es súper necesario. Y el sector TIC tiene que combinar productos y servicios para ofrecer soluciones de inteligencia artificial, infraestructura, ciberseguridad, servicios y garantías, etc. Nuestro papel es primordial.

**2** - 2023 fue un año de transición en el que sentamos las bases con un equipo más preparado, más completo y formado porque cada día nos llegan más retos y oportunidades. Rodearemos el producto de servicios de todo tipo, que ayuden a nuestros distribuidores y proveedores.

La estrategia la vamos a asentar en soluciones, servicios, inteligencia artificial, que marcará un cambio importante en la segunda parte del año; la ciberseguridad, y en otros negocios que lleven tiempo como la parte de AV con el *digital signage*. Y, por supuesto, en el *“everything as a service”* y la sostenibilidad, que se está convirtiendo en un obligatorio, pero, además, por puro convencimiento.



**José María García,**  
director general de  
Esprinet Ibérica

EXCLUSIVE NETWORKS



**Carmen Muñoz,**  
directora general de  
Exclusive Networks Iberia

**1** - Las TIC desempeñan un papel crucial en la digitalización de las pymes al facilitar la automatización de procesos, mejorar la eficiencia operativa, ampliar el alcance del mercado a través de plataformas *online* y fortalecer la toma de decisiones basadas en datos. Además, contribuyen a mejorar la agilidad y competitividad de las pequeñas y medianas empresas. Igualmente, desempeñan un papel crucial en la digitalización del sector público al mejorar la eficiencia, la transparencia y la accesibilidad de los servicios gubernamentales. También, facilitan la automatización de procesos, la gestión de datos y la interacción con los ciudadanos. Además, permiten la implemen-

tación de sistemas de gobierno electrónico, promoviendo la participación ciudadana.

Dentro del entorno de las TIC, la ciberseguridad es crucial en la digitalización de las pymes y del sector público. Implementar medidas robustas de seguridad es esencial para proteger datos sensibles. La concientización y formación de personas también son claves para prevenir ataques cibernéticos. Además, se deben realizar auditorías periódicas de seguridad para identificar vulnerabilidades y garantizar un entorno digital seguro.

Para respaldar todas estas acciones y mejorar estos indicadores hay que seguir trabajando, tanto desde el sector TIC, con fabricantes y mayoristas colaborando para acercar tecnologías y conocimientos a estas empresas, como desde la Administración pública, con ayudas económicas y planes de respaldo. Sobre esto destacan las diversas iniciativas que sobre la base de los fondos NextGenerationEU se encuentran en activo como los programas Kit Digital, para sub-

vencionar la digitalización de las pymes; Activa Ciberseguridad, destinado a mejorar sus niveles de ciberseguridad y que resulten más competitivas; o Generación Digital Pymes para impulsar la formación.

Desde el lado de la Administración, también se han puesto en marcha varios concursos que giran en torno al desarrollo tecnológico de este órgano público como España Digital 2026, hoja de ruta de transformación digital del país. Destacar que la inversión en Tecnologías de la Información y Comunicación por parte de las Administraciones públicas durante los nueve primeros meses de 2023 alcanzó la cifra de 4.962,38 millones de euros, un 27,08 % más que en el mismo periodo del año anterior. Este es un buen indicador de cambio y que, sin duda, repercutirá en el conjunto del país.

**2** - Nuestra misión en el mercado es clara: ser el mayor especialista de ciberseguridad en el mercado global, apoyado en la transición hacia un mundo digital seguro y confiable. Innovación, especialización y talento son los pilares de nuestra estrategia para sostener nuestros negocios y seguir creciendo, y desde Exclusive Networks nuestro objetivo es seguir ofreciendo a nuestro canal todo nuestro apoyo y las mejores soluciones de ciberseguridad para que estos puedan atender no solo los cambiantes requerimientos en materia tecnológica de sus clientes, sino también, las nuevas formas de consumir tecnologías y la demanda de servicios cada vez más especializados, poniendo mucho foco además, en la búsqueda de nuevo talento para abordar la brecha de habilidades que existe en el mercado.

En líneas generales vamos a seguir haciendo lo que hemos hecho siempre, ir un paso por delante para detectar nuevas demandas y responder en consecuencia. Tenemos un equipo humano y una red de socios tecnológicos y de distribución altamente eficientes. En ellos seguiremos apoyándonos. Somos los primeros y únicos que cambian las reglas: ofreciendo principios de creación de valor a escala global, pero con experiencia y ejecución local.



FORTINET

**1** - En los últimos años, las pymes españolas han dado pasos de gigante en sus procesos de digitalización, adaptándose con agilidad a los nuevos entornos y respondiendo a las necesidades que han ido surgiendo, desde la habilitación del trabajo en remoto a la adopción de nuevos modelos de negocio. Aun así, el camino es largo y todavía hay margen de mejora. Para seguir por esta senda y alcanzar las cotas de nuestros vecinos europeos, es fundamental que las pymes tomen conciencia de las ventajas competitivas que les proporciona la tecnología y la necesidad de proteger sus activos más preciados, sus redes y datos.

Por su parte, el sector público ha acelerado su digitalización, impulsado por la necesidad de ser más eficiente y proporcionar un mejor servicio a la ciudadanía. Desde el punto de vista de la ciberseguridad, creemos que la Administración pública seguirá invirtiendo para proteger sus redes, ya que sus infraestructuras han sido objeto de importantes ataques el pasado año, lo que les ha obligado a tomar conciencia y pasar a la acción dedicando más esfuerzos y recursos a esta área.

**2** - Llevamos más de 23 años acompañando a nuestros clientes y *partners* en su viaje digital, y ese seguirá siendo nuestro objetivo para 2024. Somos conscientes de la necesidad

de adelantarnos a las necesidades de las organizaciones en materia de ciberseguridad, por lo que nos centraremos en aquellos mercados en los que prevemos un mayor crecimiento a futuro: redes seguras, universal SASE y operaciones de seguridad. Son tres áreas con un gran potencial, donde vemos una creciente demanda por parte de las organizaciones, ya que son claves para avanzar en su transformación digital. Además, en Fortinet partimos de la gran ventaja competitiva que nos otorga contar con una oferta de productos y servicios integrados que ya están respondiendo a los requerimientos de los clientes en estos ámbitos.

Por todo ello, recibimos el 2024 con el convencimiento de seguir avanzando en la ampliación de nuestro negocio y reafirmar el compromiso de aportar valor a nuestros clientes a la vez que fomentar una cultura de innovación en torno a la ciberseguridad.



Acacio Martín,  
VP Fortinet Iberia

FUJITSU

**1** - La digitalización de las pymes y la aceleración de la digitalización de los servicios públicos son sin duda prioritarias para nuestro país. Las tecnologías digitales, que ya presentan un alto grado de madurez, han de contribuir necesariamente a una mayor competitividad de nuestro tejido empresarial y a unos servicios públicos más eficientes, personalizados, flexibles y sostenibles. Al mismo tiempo, debemos ver a las tecnologías como palanca de sostenibilidad, como parte de la solución a los retos ambientales, sociales y económicos a los que nos enfrentamos.

Las tecnologías deben dirigirse a mejorar la calidad de vida en las ciudades, avanzar en una medicina personalizada, agilizar la actividad de la Justicia, mejorar la seguridad en las operaciones industriales, hacer un mejor uso del agua, minimizar el impacto ambiental de la industria...

Y este buen uso de las tecnologías debe llegar a todos, especialmente a las pymes y a los ciudadanos. Para ello hay varios elementos claves sobre los que actuar: en primer lugar, generar ecosistemas que permitan a las pymes acceder al último estado del arte de la tecnología —buen ejemplo es el ecosistema cuántico que hemos arrancado en Galicia o el centro de ciberseguridad sanitaria en Andalucía—. Para ello la colaboración público-privada es esencial. En segundo lugar, debemos seguir haciendo un gran esfuerzo en formación, generación de nuevo talento digital y desarrollo del existente. Y, finalmente, debemos tener muy presente que digitalizarse no es desplegar tecnología, exige una profunda transformación de la cultura, los procesos, las estructuras, el empoderamiento de los equipos y la utilización de los datos al servicio de la actividad.



Ángeles Delgado,  
presidenta de Fujitsu

**2** - Nuestro propósito es contribuir a un mundo más sostenible generando confianza a través de la innovación y se traduce en nuestra estrategia Uvance (Universal Advance). Seguiremos invirtiendo en tecnologías que garanticen una vida más sana (Healthy Living), una industria sostenible (Sustainable manufacturing), excelente experiencia de usuario (Customer Experience) y una sociedad de confianza (Trusted Society). Esta es nuestra línea de inversión y crecimiento en España para el 2024. Para ello seguiremos invirtiendo y desarrollando centros de excelencia con capacidades locales en áreas tecnológicas de alto impacto, como ciberseguridad, ciberseguridad socio-sanitaria, datos e inteligencia artificial, computación cuántica, *blockchain*, 5G, medicina de precisión, industria digital y tecnologías digitales para la justicia. España es un país estratégico para Fujitsu y aceleraremos nuestras inversiones para contribuir a la competitividad de nuestras empresas, la excelencia de nuestros servicios públicos y el bienestar de los españoles, contribuyendo al mismo tiempo a un necesario acercamiento entre Japón y España, dos países que, en tiempos inciertos, comparten valores y visión del orden internacional.

La centralidad de las personas, ya sean clientes, empleados o la sociedad en general, continuará inspirando nuestra estrategia. Así, seguiremos alimentando ese círculo virtuoso de equipos comprometidos, clientes satisfechos, reconocimiento de mercado y contribución a la sociedad, que son base para los buenos resultados financieros.

Este año hemos tenido magníficos indicadores en todos estos aspectos, muy por encima de la media del mercado —Whitelane nos ha situado como proveedor de servicios número 1 en España— y seguiremos trabajando con compromiso y ambición para superarnos y aportar el máximo valor a nuestros clientes, empleados y a la sociedad.

## GRENKE



**Marco Frühauf,**  
vicepresidente de ventas en  
Iberia y LATAM de GRENKE

**1** - El sector TIC tiene que tomar la iniciativa para ofrecer a las pymes las soluciones en digitalización y conectividad que tanto necesitan, pero partiendo de planteamientos básicos y sencillos, no de la complejidad actual en el universo de soluciones ofertadas. El integrador de TIC debe ser la figura sobre la que tiene que pivotar todo, y

debe convertirse en una especie de "farmacéutico" recomendador, que en función de la necesidad del cliente usuario final, debe saber qué "fórmula magistral" aplicar de los miles de "principios activos" que existen. No es lo mismo una pyme que se ha lanzado al *ecommerce* y ha dejado el mundo físico, por ejemplo, que una pyme que hace *retail* de toda la vida y que sigue vendiendo cara a cara. Las pymes son los negocios que vemos a pie de calle en las ciudades y para ellos no hay nada. Son perfiles tan diametralmente opuestos con necesidades de ciberseguridad, conectividad, *emarketing*, *invoicing*, etc. tan distintas, que hace imposible que un café para todos funcione. Para ello, fabricantes y mayoristas deben dejar de hacer una presión tan asfixiante sobre los integradores y deben dirigirse a estos últimos con un enfoque de francotirador, más que de riego masivo. Se entiende que todo el mundo tiene objetivos ambiciosos, pero sólo si sabemos leer bien las oportunidades que nos deparará 2024, que son muchas, podremos aportar valor a la cadena y ganar con ello. Hay nichos de mercado, como el de la ciberseguridad, que están a la espera de recibir propuestas adecuadas a la pyme por parte del mercado, pero si el mercado se obceca en venderles el mismo traje que a la gran corporación, no van a comprarlo.

**2** - Tenemos un objetivo de crecimiento de negocio de dos dígitos frente a 2023, aun teniendo en cuenta que nuestro negocio es el riesgo y en 2024 se van a dar situaciones de liquidez minoradas en sectores completos. No obstante, vamos a enfocar nuestros esfuerzos en el contrato con servicios incluidos, al que llamamos All In, que facilitará a los integradores montar una propuesta de valor de sus servicios y productos llave en mano y con soluciones de pago mensual, que es lo que el mercado está demandando desde hace mucho tiempo. Con este arma, creemos posible ese crecimiento.

## HP



**Inés Bermejo,**  
directora general de HP Iberia

**1** - Sin duda se trata de una noticia muy positiva el posicionamiento de España en digitalización y conectividad. A pesar de este logro, es evidente que existe margen de mejora para la digitalización de las pymes y la modernización continua de los servicios públicos. Para ello, el sector TIC continuará desempeñando un papel fundamental, liderando iniciativas que lo impulsen y proporcionando soluciones tecnológicas innovadoras que aborden las necesidades específicas en cuanto a conectividad, seguridad y servicios que proporcionen soluciones a medida.

En cuanto al impulso a la digitalización de las pymes, es necesario implementar programas de capacitación específicos, focalizándose en el desarrollo de habilidades digitales y la adopción de tecnologías emergentes. Establecer incentivos financieros que estimulen la inversión en soluciones digitales, promoviendo así la adopción de tecnologías innovadoras por parte de las pymes, o fomentar la colaboración público-privada para compartir mejores prácticas, así como promover iniciativas conjuntas que aceleren la digitalización de estas empresas.

En referencia a la modernización de los servicios públicos, se deben seguir desarrollando plataformas digitales integradas que simplifiquen y agilicen la prestación de esos servicios, mejorando la eficiencia y accesibilidad o aumentar la inversión en infraestructura digital para garantizar una conectividad robusta y segura, fundamental para la eficacia de los servicios públicos digitales. En este sentido, el repunte en la adquisición de portátiles tras la pandemia trajo consigo retos de seguridad que no todos los fabricantes podían garantizar. Según HP, la seguridad del dispositivo de acceso es el primer eslabón, en ocasiones el más débil, y se debe proteger. Es crucial invertir en soluciones avanzadas de seguridad para estos dispositivos. Esto incluiría la adopción de sistemas basados en inteligencia artificial para identificar y prevenir ataques personalizados, así como la implementación de protocolos de confianza cero desde el principio.

**2** - Nuestros objetivos para este año se alinean con las principales tendencias que influyen en la industria. Buscamos adoptar la inteligencia artificial generativa para transformar nuestros productos y procesos, destacando la importancia de una implementación segura y respetuosa de la privacidad. De hecho, parte de nuestra estrategia se centra en instalar la IA directamente en dispositivos locales, como los ordenadores, para superar los desafíos de fiabilidad y privacidad asociados con plataformas *online*. Este enfoque no solo redefine el papel del PC, democratizando la creación tecnológica, sino que también mejora el rendimiento, potencia la personalización y fortalece la privacidad al procesar datos directamente en el dispositivo.

La evolución hacia un entorno laboral híbrido también es fundamental y nos enfocaremos en mejorar la colaboración remota y fortalecer la infraestructura para garantizar una experiencia de trabajo eficiente y flexible. El aumento de los riesgos de seguridad y la creciente demanda de políticas sostenibles son desafíos que continuaremos abordando de manera integral. Por ello, reforzaremos nuestro *portfolio* en cuanto a seguridad, incorporaremos tecnologías para mitigar riesgos y adoptaremos prácticas sostenibles en toda nuestra cadena de suministro. Además, nuestro objetivo es convertir la cadena de suministro en una ventaja competitiva mediante la implementación de tecnologías inteligentes que mejoren la productividad y eficiencia.

Durante el próximo año, seguiremos avanzando en nuestra estrategia "Future Ready" centrada completamente en el cliente y dividida en tres pilares: *portfolio*, operaciones y personas. De esta forma, fortaleceremos nuestro negocio principal, aceleraremos la expansión en servicios, mejoraremos nuestras operaciones y optimizaremos costes estructurales. En HP estamos preparados para adaptarnos a cambios macroeconómicos, anticipando la recuperación de la demanda en tecnología y servicios.

HPE

**1** - El sector TIC desempeñará un papel crucial en la consolidación de la digitalización en España, con especial foco en las pymes y los servicios. Para ello, es muy importante que se desarrollen iniciativas alineadas con estas recomendaciones y en las que el canal juega un papel fundamental para conseguir la capilaridad necesaria para llegar a la pyme.

A lo largo de 2023 vimos proliferar gran cantidad de avances y soluciones tecnológicas de la mano de la inteligencia artificial. Sin embargo, todavía no son asequibles para todas las organizaciones, por ello, y para fomentar la accesibilidad a estas soluciones, creemos que la clave está en el modelo *as a service*.

Hemos ampliado recientemente nuestro programa de canal HPE Partner Ready Vantage, una herramienta que brinda oportunidades de crecimiento a nivel global para empresas de todos los tamaños. Este programa ofrece competencias evolucionadas en *edge*, nube híbrida e inteligencia artificial, permitiendo a todo tipo de organizaciones adoptar soluciones tecnológicas avanzadas y mejorar su eficiencia operativa. Esta iniciativa no solo capacita a nuestros *partners* para desarrollar y comercializar soluciones de manera más efectiva, sino que también proporciona herramientas como la migración rápida hacia la nube híbrida, facilitando la transición hacia entornos digitales.

Además, en el impulso de la digitalización de las pymes españolas durante este año, será crucial focalizar mayor atención en los programas de formación y capacitación digital para los empleados y aprovechar la experiencia del sector TIC será un factor clave en este camino hacia la adopción y el uso de las tecnologías avanzadas. La realidad es que encontramos gran cantidad de soluciones en el mercado, cada una con su finalidad, pero que, en última instancia,



Gonzalo de Celis,  
channel manager  
de HPE España

buscan aumentar la productividad e impulsar el crecimiento empresarial, sin embargo, en muchas ocasiones, o no se conocen o los equipos no saben utilizarlas. Así, es prioritario centrar esfuerzos en la formación y la capacitación, de modo que las personas puedan explotar el potencial de las herramientas.

**2** - En el ámbito de las pymes, buscamos convertirnos en el aliado digital por excelencia. En 2023, cerramos un año fiscal sólido gracias, en buena medida, a una estrategia basada en la diversificación de nuestra propuesta de valor y la capacidad de capitalizar tendencias claves en *edge*, nube híbrida e IA. A pesar de la desigual demanda del mercado, nuestra visión es clara: no solo ser líderes en la actual revolución tecnológica, sino también forjar el camino hacia la próxima.

Este año visualizamos una transformación completa de los negocios habilitada por una arquitectura abierta y nativa de IA, expandiendo nuestra cartera de servicios en la nube híbrida y continuando con el impulso de nuestras ofertas *aaS*. Así, buscamos continuar contribuyendo al impulso de las pymes españolas a través de la digitalización, dando soluciones a las necesidades específicas de este tipo de empresas de la mano de la tecnología más avanzada, siempre con un objetivo claro: facilitar el desempeño empresarial de las pymes en un entorno exigente y con recursos limitados. Este año seguiremos reforzando nuestra apuesta, ofreciendo soluciones innovadoras y estrategias que impulsen la transformación digital de las pymes, para facilitar su adaptación a las cambiantes dinámicas del mercado, contribuyendo así al desarrollo sostenible y al fortalecimiento de la economía local.

IBM



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

**1** - El sector TIC, sin duda, tendrá un papel fundamental para ayudar tanto al sector público como al privado en su continuo avance hacia la digitalización. Tecnologías como la IA generativa, que ya hemos visto cómo fue una de las protagonistas el pasado año, afianzará en 2024 su presencia en ambos ámbitos por su potencial transformador que permite automatizar procesos, analizar cantidades ingentes de datos, mejorar la accesibilidad de los ciudadanos o crear *chatbots* para las pymes que les ayudan a optimizar recursos.

Por otra parte, la nube híbrida será otra de las tecnologías más presentes y transformadoras de este 2024 ya que permite a las empresas, sin im-

portar su tamaño, alojar cargas de trabajo en el entorno más adecuado para ellos, lo que se traduce en una innovación y acceso a un entorno resiliente, con alto rendimiento, seguridad y cumplimiento.

Respecto a las medidas que se tendrían que poner en marcha para seguir avanzando en la digitalización, desde IBM creemos que una de las más importantes, además de la lógica inversión que conlleva el desarrollo, es la capacitación de las personas.

Desde hace años hemos detectado una brecha de habilidades existente a todos los niveles de

la sociedad y en el mundo de la empresa. En este sentido, la industria tecnológica tiene un papel muy importante en el compromiso de formar a las personas de cara a la nueva era compuesta por una fuerza laboral aumentada gracias al uso de tecnologías como la IA. Ejemplo de esto es nuestro reciente anuncio en que nos comprometemos a capacitar a dos millones de personas en IA para finales de 2026 ampliando las colaboraciones educativas con universidades de todo el mundo y colaborando con socios para ofrecer formación en esta tecnología a estudiantes adultos y lanzando nuevos cursos de IA generativa a través de IBM SkillsBuild.

**2** - Teniendo en cuenta que el año 2024 estará muy marcado por la IA, es necesario que la industria siga avanzando hacia un escenario dominado por la confianza. Se han dado pasos importantes desde el punto de vista legislativo como acabamos de ver en el escenario de la UE con el acuerdo alcanzado para la primera ley de IA. También existe un gran compromiso en el sector privado, con iniciativas como la recientemente anunciada AI Alliance formada por una gran variedad de compañías entre las que nos encontramos. Sin duda, 2024 será el escenario para seguir avanzando hacia una IA abierta, segura y responsable, con un enfoque centrado en la seguridad de los modelos y la mitigación de riesgos.

Otro de los objetivos fundamentales de este año será que la tecnología vaya acompañada de la mano de la sostenibilidad. La computación cuántica o la IA serán claves para mitigar los efectos del cambio climático. Es nuestra responsabilidad, la de las grandes voces de la industria tecnológica, aplicar nuestra experiencia, nuestros recursos y nuestro ecosistema para ayudar al mundo a ser más resistente a estos retos medioambientales.



## INFORTISA



**Andrés Pastor,**  
director general de Infortisa

**1** - Este nuevo año viene cargado de nuevas leyes antifraude fiscal, que tanto las empresas como los autónomos van a tener que implantar. Esto va a exigir de nuevo un esfuerzo en inversión para estas empresas y autónomos en sus sistemas contables y de facturación en el que la transmisión de información a la agencia tributaria de las operaciones va a ser rigurosa y en muy breve espacio de tiempo. Todas estas nuevas medidas fiscales, que

muchas de ellas ya estaban implementadas en las grandes empresas, se están imponiendo y debido a su compleja implantación y gestión para las pymes hacen que sean en el año 2024 parte del motor del sector de las TIC y que empujen a estas empresas a su digitalización.

Desde nuestro punto de vista la digitalización del sector empresarial debería de estar ligada a la innovación y al desarrollo de las capacidades competitivas de nuestras empresas, pero nos encontramos que los recursos de los que disponen las empresas para estas inversiones se ven mermados por la necesidad de adecuación a nuevas imposiciones fiscales o legales. Estamos todos de acuerdo que sigue siendo necesario que estas inversiones en el sector se sigan subvencionando, para no mermar la competitividad de nuestras empresas. El siguiente paso estamos convencidos que apuntará a las inversiones en ciberseguridad.

**2** - Nuestro principal objetivo para 2024 es continuar nuestro foco al "customer service". Es primordial que todos nuestros clientes estén contentos con nuestros servicios de implantación y asesoramiento, estamos convencidos que este es el mejor modo de asentar nuestra cartera: fidelizarles con la mejor atención que podamos dar. Por otra parte, además de nuestros servicios digitales, durante 2023 ofrecimos a nuestros clientes más de 13.000 diferentes referencias relacionadas con las tecnologías de la información. Entendemos que este amplio catálogo de productos en conjunto con la oferta de nuestros servicios digitales hace a Infortisa uno de los mejores "partners" tecnológicos que las pymes puedan encontrar en estos momentos. Así que estamos convencidos de que 2024 será un gran año para nosotros.

## INGRAM MICRO



**Jaime Soler,**  
vicepresidente y country  
chief executive Iberia  
en Ingram Micro

**1** - Durante 2024 el sector TIC se posiciona como un pilar fundamental para el impulso en la digitalización de las pymes y los servicios públicos de España. Es esencial que este sector continúe proporcionando soluciones innovadoras y accesibles que faciliten la transición digital de las pequeñas y medianas empresas, nuestro principal motor económico. Para ello, se deben fortalecer las asociaciones entre proveedores de tecnología, distribuidores como Ingram Micro, revendedores de tecnología y las pymes, enfocándose en la democratización de la tecnología mediante modelos de consumo basados en el pago por uso y la suscripción. Asimismo, es crucial la implementación de programas de formación y capacitación para asegurar que las pymes y los empleados del sector público estén equipados con las habilidades digitales necesarias. Desde Ingram Micro, vemos un gran potencial en el fomento de la alfabetización digital, lo que no solo mejorará los indicadores, sino que también potenciará la innovación y la competitividad en el mercado global.

En cuanto a los servicios públicos, la colaboración público-privada debe intensificarse, aprovechando las tecnologías emergentes como la IA y el *big data* para mejorar la eficiencia y la accesibilidad de los servicios. Estas acciones conjuntas serán claves para avanzar en la digitalización integral del país.

**2** - Nuestro objetivo para este 2024 es consolidar nuestro rol como líderes en la distribución de soluciones tecnológicas, poniendo un énfasis especial en el valor y la especialización. Esa búsqueda por continuar siendo líderes en la venta de soluciones tecnológicas va en consonancia con la revolución del modelo de distribución, poniendo en valor la oferta de nuestros socios tecnológicos, tanto *dealers* como fabricantes, a través de un ecosistema de plataformas llamado Xvantage que escalará el acceso a soluciones de una manera sencilla, eficiente y creativa. Nos proponemos seguir impulsando la digitalización de las pymes, ofreciendo soluciones adaptadas a sus necesidades específicas y facilitando su acceso a tecnologías avanzadas.

Nuestra estrategia se centra en la profundización de las relaciones con nuestros *partners* y clientes a través de programas de formación y soporte técnico y comercial. Continuaremos con nuestra apuesta por la innovación, invirtiendo en la identificación de tendencias emergentes y desarrollando soluciones que respondan a las necesidades del mercado. Además, la financiación y los modelos flexibles de consumo seguirán siendo una parte integral de nuestra oferta, permitiendo a las empresas adaptarse rápidamente a un entorno en constante cambio.

Finalmente, seguiremos promoviendo una cultura de colaboración y excelencia dentro de Ingram Micro, asegurando que nuestros equipos cuenten con las herramientas y el conocimiento necesarios para liderar la transformación digital en España.

## INTEL



**Norberto Mateos,**  
EMEA partner sales director &  
Spain country manager en Intel

**1** - Desde Intel vemos cruciales los esfuerzos para avanzar en la digitalización tanto para sectores públicos como privados. Por eso, nuestra propuesta pasa por expandir la inteligencia artificial (IA), optimizar el valor de la computación en la nube y en el *edge*, asegurar una cadena de suministro de valor y sostenible y que la ciberseguridad sea cada vez más eficiente en su digitalización.

Dado que la tecnología y la digitalización son hoy más importantes que nunca, una de las novedades que hemos presentado recientemente es la que integra el mercado del PC con la IA. Para que esta se haga realidad, estamos colaborando

con más de 100 proveedores de software para traer al mercado de los PC más de 300 aplicaciones potenciadas por la IA. Este es el fin de nuestra iniciativa Intel AI PC Acceleration Program, que pretende llevar la IA a más de 100 millones de PC hasta 2025 y que supone un am-

plio abanico de aplicaciones altamente creativas, productivas y divertidas que cambiarán la experiencia del PC.

**2** - En Intel iniciamos el nuevo año listos para cumplir nuestro objetivo de llevar la IA a todas partes. En nuestro reciente evento mundial "AI Everywhere" presentamos importantes avances en la ejecución de nuestra hoja de ruta de productos con el lanzamiento de la familia de procesadores Intel Core Ultra para portátiles, que suponen el primer procesador fabricado con la tecnología de proceso Intel 4 así como el mayor cambio en la arquitectura para PC en 40 años. Intel Core Ultra son los procesadores Intel con mayor eficiencia energética de nuestra historia y los que dan comienzo a la era del PC con inteligencia artificial.

2024 lo iniciamos también con la llegada de los procesadores Intel Xeon de 5ª generación que aportan relevantes progresos en IA y rendimiento general, menor coste total de propiedad (TCO) y en los que se han introducido aceleradores de IA en cada núcleo.

Además, en los próximos meses nos centraremos en seguir logrando avances tangibles ahora que se cumplen tres años de nuestra transformación IDM 2.0 y podemos afirmar que seguimos avanzando según el plan para lograr nuestro objetivo de introducir cinco nodos en cuatro años.

## KYOCERA DOCUMENT SOLUTIONS

**1** - La digitalización se ha convertido en una palanca fundamental para el desarrollo de las organizaciones. Así, el uso de las nuevas tecnologías es crucial a la hora de optimizar la eficiencia y productividad de las entidades públicas y privadas, diferenciarse de la competencia o establecer nuevos modelos para relacionarse con sus clientes, proveedores o *partners*.

Pese a que en los últimos años hemos asistido a grandes progresos en materia de digitalización en España, todavía queda camino por recorrer. En este sentido, el sector TIC juega un importante papel para avanzar en las necesidades detectadas por la Comisión Europea, proporcionando a las distintas empresas e instituciones las soluciones tecnológicas adaptadas a sus necesidades específicas, así como ofreciéndoles acompañamiento y asesoramiento en la implementación y asimilación de las mismas. Para ayudar a las pymes a acelerar su transformación digital, desde Kyocera hemos desarrollado los Smart Packs, la solución para modernizar su IT de forma "paquetizada", sin sorpresas ni riesgos para que puedan abordar sus necesidades tecnológicas en cuanto a evolución de infraestructura, modernización del puesto de trabajo, automatización de procesos de negocio y modernización de aplicaciones.

Por otro lado, la digitalización debe ser coherente, ordenada y alineada con sus objetivos empresariales o de servicio ciudadano. Entendemos que para la pyme el cálculo del retorno de su inversión es un elemento clave a la hora de abordar un proceso de transformación digital. Con Kyocera, esta posible barrera se derriba fácilmente, ya que gran parte de nuestras soluciones digitales son modulares y escalables, están impulsadas por la nube y es un modelo que permite consumir la tecnología como servicio.

Contar con el asesoramiento de nuestra red de *partners*, cercana y altamente cualificada, supone la garantía de éxito y el argumento definitivo para que las empresas de menor tamaño se decidan a profundizar en su digitalización.

En relación a las Administraciones públicas, el asesoramiento en cuanto a fórmulas de contratación y licitación de soluciones tecnológicas es clave para que puedan profundizar en su



**Raquel Pinillos,**  
directora de business solutions  
Kyocera Document Solutions

modernización. Para ello, en Kyocera ponemos a su disposición un equipo continuamente actualizado y formado en estos aspectos para acompañarlos y dar respuesta a estas necesidades tan concretas del sector público.

**2** - La inestabilidad geopolítica y económica convirtieron 2023 en el año de la adaptación. Así, vimos como el entorno, en permanente cambio, suponía un riesgo para aquellas empresas más estáticas, pero a la vez se posicionaba como una fuente de oportunidades para las compañías que eran capaces de anticiparse a estos cambios.

Obviamente, este es el contexto en el que también nos movemos como organización en Kyocera.

Mientras que nuestro objetivo fundamental en 2023 fue continuar desarrollando nuestra innovación y diversificación de negocio, 2024 será el año en el que consolidemos esta estrategia mientras seguimos escuchando a todos los agentes implicados: nuestro canal, nuestros clientes, el mercado y los entes tecnológicos para seguir aportando valor en un mercado líquido y cambiante.

Durante este ejercicio seguiremos trabajando para generar sinergias entre las unidades de negocio de Kyocera, en lo que para nosotros ha supuesto el tránsito natural de proveedor de servicios gestionados de impresión a servicios gestionados de IT. Todo ello con el objetivo de optimizar nuestra eficiencia y capacidades organizativas proporcionando el máximo cuidado a nuestros clientes, *partners* y empleados.

## LENOVO



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

**1** - Debemos tener en cuenta que, en España, la mayor parte del tejido empresarial está formado por pymes, por lo que considero que el sector TIC tiene un papel fundamental a la hora de facilitar la financiación a las pymes y contribuir a ofrecerles ventajas fiscales. Esto ya lo hacemos nosotros gracias a Lenovo DAAS y TruScale, que son servicios que cubren el 100 % de las necesidades tecnológicas de las pequeñas y medianas empresas. De esta manera, les ayudamos a financiar sus proyectos para que puedan operar sin tener esa

presión añadida y puedan ser más productivas.

Otro de los problemas a los que se enfrentan estas empresas es al endeudamiento a la hora de incorporar la infraestructura que les permite continuar su proceso de digitalización. Para evitar este problema, desde Lenovo ofrecemos acceso a infraestructuras y dispositivos con cuotas mensuales, facilitando así el proceso.

**2** - En Lenovo tenemos objetivos ambiciosos pero alcanzables: continuar creciendo tanto en cifras de negocio como en número de *partners* y clientes. Queremos seguir siendo la marca preferida por los consumidores de nuestro país, tanto por la oferta de productos y servicios de la que disponemos como por la cercanía que está en el ADN de Lenovo.

Para que Lenovo continúe penetrando en las empresas, seguiremos apostando por una fuerte estrategia de *go to market*, de manera que nuestros clientes no solo vean como una empresa de dispositivos, sino también de infraestructuras y servicios. Este es el concepto de Lenovo 360.

En cuanto a Motorola, nos hemos marcado el gran reto de llegar a los dos dígitos de cuota de mercado, y tenemos confianza en que en este 2024 este objetivo se materializará.

Otra de las áreas en las que hacemos hincapié como compañía es en el área de educación, donde continuaremos trabajando para seguir siendo referentes y líderes ya que consideramos que cualquier empresa que quiera ser líder en un mercado, tiene que serlo en educación. Para lograrlo, mantendremos nuestros niveles de inversión y nuestro esfuerzo en tener una buena imagen de marca.

Por último, mantendremos en el punto de mira las redes sociales y el sector del *gaming* como sectores prioritarios, y también continuaremos realizando inversiones en el mundo del deporte a través de los acuerdos que ya tenemos, como en Fórmula 1, Ducati, Lenovo Tenerife, y otros patrocinios en los que estamos trabajando.

## MCR



**Pedro Quiroga,**  
CEO de **MCR**

**1** - Creemos que el papel del sector TIC será importante. Los últimos estudios ya se muestran más optimistas y revelan que son muchas las empresas que están dispuestas a dar un salto de calidad en su proceso de digitalización, lo que se traduce en un aumento de su inversión en tecnologías de la información para este año. En este sentido el sector deberá estar atento a las necesidades y demanda existentes para dar respuesta a la innovación y mejora de

los productos y la implementación de nuevas soluciones digitales.

El aumento de los presupuestos con el fin de promover la digitalización y modernización de las empresas es uno de los puntos importantes de cara a mejorar estos indicadores. Dar un salto de calidad en el proceso de digitalización, sin duda, será una de las palancas de crecimiento prioritarias en 2024. En todo caso, la evolución del mercado, así como la de factores como la inflación o la falta de demanda, marcarán el ritmo de crecimiento.

**2** - Consideramos que 2024 será un año también difícil para el consumo como lo ha sido 2023. No obstante, creemos que la situación podría cambiar hacia la segunda mitad del año según las previsiones. En todo caso, dependerá de las tendencias y circunstancias que nos rodeen. Lo que parece claro es que tendremos que seguir expectantes ante el devenir de los acontecimientos y adaptarnos a lo que venga y exigimos un trabajo continuo con el fin de conseguir los objetivos marcados.

En este sentido, seguiremos consolidando resultados en la parte profesional y así seguir creciendo. Lo mismo esperamos en seguridad electrónica con una tendencia al alza así como en el resto de divisiones. Estamos convencidos de que llevar a cabo un buen trabajo traerá consigo unos resultados positivos. Nuestro sector sabe adaptarse a los tiempos difíciles y confiamos en que en este 2024 logremos unos resultados más positivos.



MICROSOFT



**Antonio Budia,**  
director de partners de  
Microsoft España

**1** - El sector TIC seguirá jugando un papel esencial en el progreso económico del país, impulsando la digitalización de las organizaciones de todos los sectores y tamaños. En la industria de la tecnología tenemos la oportunidad, y la responsabilidad, de trabajar conjuntamente para garantizar el crecimiento económico y sostenible del país, poniendo un foco especial en la intersección de la innovación y el desarrollo de tecnologías, como la IA, de forma responsable.

Desde Microsoft, ponemos a disposición de empresas, entidades públicas y privadas, grandes empresas y pymes en España toda la capacidad de innovación, con el *cloud* computing, la gestión y analítica de datos, la inteligencia artificial (IA) y la seguridad como ejes de una propuesta para cumplir el objetivo de empoderar a todas las personas y organizaciones del país, ha-

ciendo mucho hincapié en la formación de los trabajadores. Debemos poner especial atención y esfuerzo en las pymes. Por ejemplo, en el uso de la IA mientras el 33 % de las empresas en España de más de 250 empleados ya la está utilizando, en las pymes el ratio de utilización de la IA es de solo el 7 %.

En Microsoft buscamos proveer a todas las organizaciones, incluidas las pymes, para las que tenemos programas especiales, de soluciones tecnológicas basadas en *cloud*, que les permitan construir las capacidades digitales necesarias para afrontar su transformación e impulsar sus resultados. Para todo ello, nuestro ecosistema de *partners* es imprescindible. En España lo conforman más de 12.500 empresas y es conocido por ser un canal muy especializado en la industria de cada cliente para darle el mejor servicio. Tenemos un amplio abanico de *partners* expertos en *data* e inteligencia artificial, por lo que la combinación de sus servicios y nuestra plataforma es la mejor opción para ofrecer una solución a las necesidades de nuestros clientes. Nuestros *partners* pueden entender y comunicar de manera clara e inteligente las necesidades específicas de la industria del cliente, proponiendo soluciones que se adapten mejor a cada caso concreto, acompañando a la organización durante todo el proceso de transformación

**2** - 2023 fue muy importante para nosotros, con grandes anuncios que el mercado está recibiendo de forma muy positiva. Nuestro objetivo para 2024 es continuar en esta senda, respaldando a nuestra red de *partners* a través de tres pilares claves: mejorando su rentabilidad y el ciclo de relación con el cliente; poniendo a su disposición el nuevo AI Cloud Partner Program para aprovechar y generar rentabilidad de la IA y la nube, y desarrollando una IA de manera responsable.

Cada vez más organizaciones están adoptando soluciones de inteligencia artificial para transformar la experiencia de sus clientes, potenciar la capacidad de sus empleados, optimizar sus procesos en base al análisis inteligente de los datos y generar nuevos productos y servicios digitales. La IA, sin duda, es ya una realidad que supone una importante oportunidad de negocio y en Microsoft seguiremos trabajando para ofrecer a nuestros clientes la mejor oferta de la industria, democratizando la IA de modo que cualquiera pueda beneficiarse de esta tecnología.

Por otro lado, el 95 % de las nuevas cargas de trabajo digitales se implementarán en plataformas nativas de la nube para 2025. Por lo que la nube seguirá siendo clave en 2024, convirtiéndose en una de las principales prioridades para las empresas.

Seguirá siendo fundamental establecer alianzas con las compañías más relevantes de cara a que formen parte de las iniciativas asociadas a la región *cloud* de centros de datos de España, con lo que reforzaremos e intentaremos ampliar los miembros de Cloud Region Strategic Partners Program, al que ya se han unido Accenture, DXC Technology, Capgemini, Fujitsu, Indra-Minsait-, KPMG, NTT Data, Seidor o Telefónica.

NETAPP



**José Manuel Petisco,**  
director general de  
NetApp Iberia

**1** - Según nuestra experiencia, la mayoría de las grandes compañías españolas no tiene nada que envidiar a sus homólogos en el resto de la UE o Estados Unidos en cuanto a la adopción y aprovechamiento de las nuevas tecnologías. Es en la pyme donde identificamos una enorme oportunidad para impulsar la transformación de las últimas TI en valor para el negocio, siendo además este tipo de empresa el mayoritario en el tejido empresarial nacional.

Gracias al cambio de mentalidad de las pymes respecto a las TIC y a la aparición de los modelos *cloud* como servicio, la histórica brecha en la adopción de las nuevas tecnologías entre las grandes empresas y las pymes se está reduciendo de manera muy importante y estamos seguros de que lo seguirá haciendo a lo largo del 2024. A ello también ayuda el cambio generacional, con una nueva generación de empresarios cuyos proyectos ya surgen y se articulan alrededor de las nuevas tecnologías.

En 2024, por tanto, la importancia de las TI en general y de las tecnologías para el almacenamiento y manejo de datos seguirá creciendo para las empresas. Un buen ejemplo de ello es la IA generativa donde, al margen de los algoritmos aplicados, la calidad de los proyectos alcanzará solo hasta donde lo haga la calidad de los datos que los alimentan, algo para lo que la infraestructura de almacenamiento, accesibilidad y seguridad del dato es fundamental. En este contexto, en 2024, avanzaremos hacia la nueva frontera que representa el concepto de infraestructura inteligente de datos.

**2** - Desde NetApp reconocemos y valoramos el impacto significativo que la expansión de la adopción generalizada de la IA está generando en empresas en todos los sectores. Estamos comprometidos en ser el aliado clave para las organizaciones que buscan aprovechar plenamente el potencial de la IA en sus operaciones.

Para materializar este compromiso, en 2024, hemos trazado una estrategia que tiene como objetivo principal llevar a las organizaciones hacia la implementación de una infraestructura inteligente de datos. Estrategia que se fundamenta en tres pilares esenciales.

En primer lugar, promovemos un almacenamiento de datos unificado que permita un acceso y recuperación eficiente de la información. En segundo lugar, estamos ofreciendo servicios de datos integrados que simplifican su gestión tanto en entornos locales como en la nube. Por último, nuestras soluciones de optimización operacional en entornos *multicloud* están diseñadas para superar los desafíos en la gestión, implementar eficiencias y aprovechamiento de datos en entornos complejos.

Asimismo, seguiremos trabajando para que nuestros clientes estén tranquilos con la seguridad de sus datos y en nuestro nuevo programa de canal Partner Sphere.

## NUTANIX

**1** - El sector TIC jugará un papel clave. Pero, lo primero que debemos tener en cuenta es que la digitalización es un proceso continuo, que requiere ajustes constantes a medida que evolucionan las nuevas tecnologías. La IA, el *machine learning* o la robótica son algunas de las tendencias que marcarán el próximo año y si las organizaciones quieren beneficiarse de sus ventajas, necesitarán una infraestructura tecnológica adecuada, una nueva mentalidad, una buena gestión —especialmente de los datos— y una nueva relación con la tecnología. Y es aquí donde entran en juego los modelos de *multicloud* híbrida que permiten simplificar la implementación y gestión de dichas tecnologías, ayudando a las organizaciones a incorporarlas en sus negocios en muy poco tiempo.



**Jorge Vázquez,**  
director general de **Nutanix**  
en España y Portugal

**2** - En 2024 las tecnologías en la nube van a seguir jugando un papel muy protagonista para la transformación digital de nuestra sociedad y nuestra economía. Pero habrá que saber hacer esta migración de forma correcta. De ahí que nuestra propuesta pasará por considerar a la nube no como un destino final (que es lo que se ha venido haciendo tradicionalmente) sino como la adopción de un nuevo modelo operativo: el de nube híbrida *multicloud*. Gracias a ella, cualquier negocio será mucho más flexible y ágil para responder a los cambios del mercado o el contexto económico.

Nuestro modelo de nube híbrida es la llave para la innovación de muchas empresas. Es sinónimo de simplicidad y ahorro, pero también de sostenibilidad. Y gracias a ello trabajaremos en 2024 para seguir aumentando nuestra base de clientes en mediana empresa y llegar a más compañías del IBEX 35.

## SALESFORCE

**1** - Es difícil predecir lo que nos espera en 2024, pero está claro que tanto empresas como Administraciones públicas necesitan una estrategia digital clara que les permita lidiar con la incertidumbre económica, aumentar la productividad e impulsar la eficiencia. Y ahí es donde entramos en juego las empresas tecnológicas, ofreciéndoles herramientas que permitan a las organizaciones seguir el ritmo de la evolución del mercado y satisfacer las crecientes expectativas de clientes y ciudadanos, pero también de sus propios empleados.

La tendencia que ha dominado en 2023 ha sido, sin duda, el uso de la IA y, en 2024, es fundamental que las empresas avancen en el uso ético de esta tecnología si no quieren quedarse atrás. Nuestros propios clientes nos transmiten su preocupación sobre cómo desplegar esta revolucionaria tecnología. Un estudio recientemente elaborado por Salesforce revela que el 57 % de los clientes confiaría más en esta tecnología si tuviera una mayor visibilidad sobre el uso que se le da, mientras que el 52 % estaría más cómodo usándola si supiera que un ser humano valida el trabajo realizado por la IA.

Además, es fundamental que esta tecnología se introduzca en el mercado de manera inclusiva y con propósito. No basta con ofrecer productos y soluciones basados en IA generativa, debemos priorizar la innovación responsable. En Salesforce estamos convencidos de que el uso abierto, ético y transparente de esta tecnología marcará la diferencia y así lo valorará el

cliente final, que apostará siempre que pueda por empresas éticas y que le inspiren confianza.

**2** - Nuestra estrategia para 2024 se va a basar en el desarrollo e implementación de la IA, con nuestra herramienta que ahora tiene mayores capacidades, y que lleva presente en el ecosistema de Salesforce desde 2014. Estamos convencidos de que esta tecnología va a transformar el futuro del trabajo: cambiará la forma en que las organizaciones miden la productividad y permitirá a los equipos centrarse en tareas que aporten valor al negocio. En nuestra opinión, la IA traerá consigo una reinención del lugar de trabajo, haciéndolo más inteligente, mejorando la experiencia de los empleados y trayendo, en consecuencia, crecimiento para el negocio. Esta es nuestra apuesta y la base de nuestra estrategia para este año.



**Ana Vertedor,**  
vicepresidenta regional  
de Canal y Alianzas  
de **Salesforce Iberia**

SCHNEIDER ELECTRIC

**1** - El papel de las TIC es fundamental para impulsar la digitalización de los servicios públicos y sobre todo de las pymes, por la sencilla razón de que éstas no deben limitarse a atender las necesidades e inquietudes que les plantean los clientes, sino que es importantísimo que jueguen un rol de asesores o consultores de confianza, orientando a los clientes en el terreno de la digitalización. Tenemos que tener en cuenta que las pymes no suelen contar con recursos corporativos dedicados a estos menesteres, y por tanto las TIC tienen la oportunidad de erigirse como asesores externos para impulsar proyectos de digitalización en la pequeña y mediana empresa que desemboquen en una mejora de la competitividad de todo ese tejido empresarial, al tiempo que se contribuye a generar un mayor negocio para el sector TIC.

En cuanto a las medidas dirigidas a la mejora de la digitalización, desde la Administración debe ponerse foco en la máxima simplificación de los trámites para solicitar ayudas a la digitalización y, por otro lado, pero no menos importante, asegurar que las empresas del sector TIC hacen de correcto altavoz para acercar todas esas herramientas a las pymes y hacer de catalizador para utilizarlas en proyectos de valor que realmente impacten en la mejora de la competitividad de nuestras empresas en el mercado.

El sector TIC en 2024 deberá enfocarse en proporcionar soluciones adaptadas a las necesidades específicas de las pymes, así como en colaborar estrechamente con la Administración pú-

blica para mejorar la infraestructura digital de los servicios públicos. Medidas como el desarrollo de programas de capacitación para pymes en tecnologías digitales, la promoción de la adopción de soluciones de comercio electrónico y la inversión en infraestructura de conectividad podrían ser cruciales para mejorar estos indicadores.

**2** - Desde Schneider Electric tenemos como objetivo seguir siendo un socio de valor en los proyectos de digitalización, sostenibilidad y eficiencia de nuestras pymes y administraciones. Por ello, en este 2024 continuaremos trabajando con más ahínco si cabe en las soluciones *edge* que son un pilar clave en la digitalización de procesos en las pymes y en la Administración. Nuestra estrategia pasa, como no podía ser de otro modo, por la colaboración estrecha con nuestra red de *partners* para acompañarlos, formarles y complementarles, y trabajar con ellos de la mano en los proyectos de digitalización.



**Víctor Gago,**  
IT & ET Channel Sales Manager  
de la división de Secure Power  
en Schneider Electric Iberia

SONICWALL



**Sergio Martínez,**  
country manager  
de SonicWall Iberia

**1** - El papel del sector TIC es fundamental. En las pymes, el integrador de referencia de cada pyme es su departamento de informática, o parte de él. A veces incluso el CIO y el CISO de la organización a la que dan servicios. Por ello, programas definidos conjuntamente con el sector (fabricantes, mayoristas e integradores de sistemas) pueden resultar de gran utilidad. Hay que mejorar los que se han ejecutado hasta la fecha, poniéndolos al servicio del sector.

**2** - SonicWall es una compañía 100 % canal de distribución. Por ello, este año 2024 proporcionaremos un conjunto de herramientas de corte totalmente nuevo (algunas por crecimiento inorgánico o adquisición como, por ejemplo, MDR) para que el canal pueda construir auténticas fábricas de ciberseguridad para sus clientes. La evolución hacia un modelo MSSP es imparable por el crecimiento espectacular de los riesgos y el cibercrimen, así como la escasez de talento. Pero siempre con nuestros *partners*, que son los que prestan los servicios a sus clientes. Parafraseando a Winston Churchill: "Nunca tantos deberán tanto a tan pocos". La evolución del canal es inexorable.





## SOPHOS



**Carlos Galdón,**  
director de canal  
de Sophos Iberia

**1** - La digitalización consiste básicamente en la implementación de una serie de procesos basados en tecnologías digitales para mejorar, entre otras cosas, la eficiencia y productividad de las empresas. Como sabemos esta es una transformación complicada, que implica a las compañías y Administraciones públicas en toda su extensión y de forma global; gestión de los datos, procesos y sistemas tanto internos como externos, tecnología, recursos humanos, modelos de producción, ciberseguridad, etc. . . , para lo que hay que diseñar un plan completo, evaluando la situación inicial de cada organización y

definiendo un objetivo claro al que llegar pasado un tiempo.

Dicho todo esto hace falta una convicción clara y dirección única para llevar una transformación de este calado. De esta forma, este tipo de proyectos son más fáciles de implementar en compañías de cierto tamaño, con objetivos comunes y una dirección corporativa única que, en pymes o Administraciones públicas, bien sea por el tamaño y el impacto que pueda tener la digitalización en las compañías como por la dispersión de objetivos que puedan tener las Administraciones públicas. Lógicamente el sector TIC va a jugar un papel fundamental en el desarrollo de la digitalización tanto en las pymes como en las Administraciones públicas, como ya viene siendo hasta ahora.

El sector tiene que aprender a mostrar los resultados y beneficios claros que ofrece abordar un programa de digitalización de forma integral para que pueda pasar a ser una prioridad para una organización. Hay que tener en cuenta que en algunos sectores los recursos son escasos. Claramente una pyme necesita entender muy bien cómo va a mejorar sus resultados para desviar tesorería o endeudarse en un proyecto de digitalización, en vez de reinvertir esos recursos en la manera tradicional que lo ha venido haciendo y que tan buenos resultados le ha venido dando. Desde el punto de vista de la Administración pública, los recursos son escasos y están orientados a mejorar la vida del ciudadano y de la misma forma tiene que entender cómo va a incrementar estos parámetros.

En definitiva, debemos abordar proyectos, limitados en el tiempo y con resultados palpables a corto plazo que eviten complejidades para la organización, no exigentes en recursos y con la máxima flexibilidad operativa y financiera. Tanto en las pymes como en la Administración pública las ofertas de servicios TIC son las que más están creciendo actualmente e incrementarán la ratio de crecimiento este año.

**2** - Nuestros objetivos para este año siguen siendo proveer a todos nuestros clientes del mayor nivel de ciberseguridad posible, de forma que todos ellos, desde un autónomo hasta una multinacional puedan contar con el mayor nivel de protección ajustado a las características de cada uno. Para esto es fundamental contar con una oferta de ciberseguridad como servicio que permita a una pyme contar con la protección de un líder como Sophos, con ofertas flexibles de servicio que se adecúen a sus capacidades. Este es nuestro modelo MDR (*Manage Defense and Response*) en el que vamos a seguir apostando durante 2024.

Este mismo modelo, híbrido, completado con otras capacidades con las que cuentan las organizaciones, es el que se va a implementar en el resto de corporaciones y las Administraciones públicas. Un modelo de servicios adaptado a las necesidades de cada organización.

## SYNOLOGY



**Iván Gento,**  
International marketing  
manager de  
Synology en España

**1** - La contribución fundamental al progreso de la digitalización radica en que las empresas tecnológicas asumamos un papel proactivo como facilitadores del acceso a tecnologías avanzadas. Es imperativo que prioricemos la accesibilidad y la simplicidad en el uso de tecnologías claves como el almacenamiento, la nube, la inteligencia artificial y el *big data*, especialmente para las pymes. Esto se traduce en el desarrollo y la oferta de soluciones asequibles, personalizables y centralizadas, meticulosamente diseñadas para satisfacer las necesidades y capacidades específicas de cada empresa.

Un aspecto crucial para la digitalización efectiva es la implementación de programas sustanciales de formación en competencias digitales. Estos programas deben estar orientados tanto a las pymes como al sector público, y sobre todo a los revendedores de estos sistemas que deben conocer perfectamente estas soluciones con el objetivo de mejorar las habilidades digitales y asegurar que los empleados y los usuarios puedan emplear de manera óptima las herramientas y tecnologías disponibles. En paralelo, es de vital importancia establecer una colaboración sólida con el sector público para la digitalización de sus servicios. Esto incluye la implementación de sistemas de gestión eficientes, el desarrollo de plataformas de servicios en línea y la fortificación de la ciberseguridad. Adicionalmente, para incentivar a las pymes a avanzar en su digitalización, es esencial mantener y expandir planes conjuntos entre el gobierno y el sector TIC que ofrezcan incentivos y apoyo. Un ejemplo notable es el programa Kit Digital, que podría ampliarse para incluir hardware de almacenamiento, un elemento crítico en la digitalización tanto de las pymes como de los servicios públicos.

**2** - De cara a 2024, mantenemos nuestro compromiso con la excelencia y la innovación. Continuaremos ofreciendo nuestras soluciones NAS, que se caracterizan por ser asequibles, escalables y altamente personalizables, para satisfacer las necesidades específicas de cada tipo de consumidor y las demandas particulares de las pymes.

Para facilitar la transición hacia tecnologías de nube, proporcionaremos una gama de herramientas y servicios avanzados.

En el ámbito de la seguridad, estamos enfocados en mejorar continuamente nuestras soluciones integradas en los NAS de Synology, que ya son asequibles y no requieren licencias adicionales. Con la expansión de nuestro equipo en el mercado español, estamos dedicando esfuerzos para ofrecer formación exclusiva a través de nuestros revendedores y distribuidores. Además, implementaremos soporte técnico directo desde Synology para asistir a las pymes y empresas en el desarrollo de sus infraestructuras de almacenamiento. Finalmente, estamos impulsando activamente la transformación digital en el sector público. Colaboraremos estrechamente con entidades gubernamentales para implementar soluciones de almacenamiento y gestión de datos que optimicen la eficiencia y mejoren la accesibilidad de los servicios públicos digitales.

TD SYNnex



**Pilar Martín,**  
directora comercial  
de TD Synnex España

**1 -** El sector TIC va a seguir jugando el papel fundamental que tiene en la innovación tecnológica y en la transformación digital de las empresas y la economía. Tecnologías que ahora están empezando a conocerse más, como la inteligencia artificial, van a seguir avanzando e impactando en áreas como la automatización de procesos, la analítica de datos y, en consecuencia, la toma de decisiones cada vez más eficientes. Igual, el Internet de las cosas, del que venimos hablando ya algunos años, va a seguir creciendo y conectando dispositivos, mejorando la eficiencia en muchas industrias del país. La transformación digital va a seguir avanzando. La conocida frase de “transformarse o morir” es más cierta

que nunca y afecta a todas las empresas, tanto si quieren competir mejor como sobrevivir en un mundo que evoluciona a velocidades cada vez más altas.

Y todo esto, sin el sector TIC, no es posible. Un papel que va a jugar en el 2024 como lo ha hecho hasta ahora y lo va a seguir haciendo en el futuro.

Pero obviamente, esto no se consigue solo con tecnología. Hay que trabajar en otras áreas y también tienen que participar otros actores que van más allá del sector. Hay que continuar invirtiendo fuerte, tanto los actores privados como desde el lado de la inversión pública. Las Administraciones tienen un papel relevante en el desarrollo de la sociedad, invirtiendo en áreas como la educación, la formación especializada, el fomento de las profesiones STEM y la formación en nuevos conceptos y campos, como la ciberseguridad. Incentivos fiscales para que las empresas inviertan en tecnología y desarrollo, programas de apoyo como los fondos europeos, etc. Pero también es importante que los incentivos fiscales y los programas públicos no se estrellen ante una maraña burocrática que impida que esto pueda tener el efecto esperado. Las grandes empresas pueden manejarse razonablemente bien ante la Administración, pero en un país de pymes, como España, obstaculizar los programas con unos trámites imposibles, ayuda poco.

**2 -** Nuestro objetivo es muy claro, consolidar el liderazgo que hemos conseguido alcanzar a lo largo de 2023. Y para ello, nuestra estrategia es continuar como hemos trabajado estos últimos años, mejorando la oferta en áreas claves como la ciberseguridad, en la que pronto podremos dar alguna noticia interesante; el mundo *cloud*, donde nuestra oferta es única ya que somos el único mayorista con los tres hiperescalares en su cartera; una oferta de servicios que no deja de crecer con propuestas completas como los “*business practices*”, que ofrecen todos los componentes necesarios para que nuestros *partners* puedan aprovechar nuevas oportunidades y hacer crecer su negocio; estamos reforzando y mejorando nuestros servicios “*renew*” apostando por la economía circular que cada vez juega un papel más importante a la hora de apostar por una economía más sostenible; y tampoco podemos olvidar a la pyme en un país de pymes, ofreciendo no solo los productos más adecuados, la mejor financiación, formación, certificación, programas de fidelización y, también siendo el interlocutor entre las empresas y los fabricantes, a los que normalmente no tienen acceso por dimensión y conocimientos. Todo esto se traduce en un acercamiento a la realidad del mercado gracias a la experiencia y a la dimensión que tiene la compañía, que nos permite jugar el papel de orquestador favorito del mercado y que nos ha ayudado a alcanzar la posición de la que disfrutamos.

VERTIV



**José Alfonso Gil,**  
director de Ventas de Servicio  
para el sur de Europa de Vertiv

**1 -** Se prevé que en este 2024 las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) desempeñen un papel esencial en la digitalización y conectividad. Los aspectos claves a abordar serán la implementación continua de redes 5G para una conectividad más eficiente, la facilitación de soluciones IoT en diversos sectores, la integración creciente de inteligencia artificial para la optimización de procesos y el papel crucial en el desarrollo de soluciones avanzadas de ciberseguridad.

Además, las TIC liderarán avances en computación cuántica y contribuirán significativamente a la formación continua de la fuerza laboral en habilidades digitales. También se espera que impulsen la telemedicina, permitiendo la prestación de servicios de atención médica a distancia, y desempeñarán un papel importante en la sostenibilidad mediante la optimización de procesos y la habilitación de soluciones tecnológicas para desafíos medioambientales. Estamos seguros de que el sector TIC será central en la transformación digital este año, influyendo en la sociedad, economía y tecnología.

Para mejorar los indicadores de digitalización y conectividad se deben implementar medidas claves como la expansión de redes de comunicación con tecnología 5G y fibra óptica para garantizar conectividad con baja latencia y segura. Las políticas regulatorias flexibles deben fomentar inversiones en infraestructuras digitales. La I+D en inteligencia artificial, computación cuántica y tecnologías emergentes impulsa la innovación a largo plazo. Programas educativos y de formación preparan a la fuerza laboral para las habilidades digitales necesarias. Desarrollar políticas y tecnologías de ciberseguridad robustas es crítico para proteger la privacidad y la infraestructura digital. Además, seguimos creyendo que la sostenibilidad y la eficiencia energética deben ser prioritarias en el diseño y operación de tecnologías digitales. Estas medidas, coordinadas, pueden mejorar significativamente la digitalización y conectividad, creando un entorno propicio para la adopción generalizada de soluciones digitales.

**2 -** Desde Vertiv buscamos liderar la innovación en infraestructura crítica, mejorar la sostenibilidad y eficiencia, fortalecer la ciberseguridad, desarrollar talento y potenciar relaciones con clientes para alcanzar los objetivos marcados para este 2024. Nuestro principal objetivo, como compañía enfocada en soluciones de centros de datos, es potenciar nuestro foco en la IA, como todos saben ésta tiene consecuencias en las necesidades energéticas y las densidades del centro de datos que se han convertido en uno de los desafíos principales en nuestra industria. La estrategia seguirá contando con una gran apuesta sostenible como lo es la búsqueda de alternativas de almacenamiento energético, así como la integración de seguridad cibernética, programas de desarrollo de talento y, por supuesto, mantener una atención al cliente excepcional.

## V-VALLEY

**1 - Hugo Fernández:** El sector TIC y, en concreto el canal TIC en España, es clave para continuar con el impulso de la digitalización, tanto de las pymes como de la Administración pública. La continua evolución e innovación de las tendencias tecnológicas, como la IA que va a ser claramente la tecnología a desarrollar e implementar en este año, así como la ciberseguridad, con cada vez más ataques sofisticados, la realidad virtual y realidad aumentada (VR y AR) en constante evolución para crear cada vez más experiencias inmersivas e interactivas, y el impulso del desarrollo sostenible, donde optimizar tecnológicamente los recursos naturales para generar energía limpia y renovable, van a ser parte de las claves tecnológicas que vamos a poder ver muy presentes durante todo el 2024.

**Alberto López:** En el proceso de digitalización es muy importante el acompañamiento por parte de un equipo de expertos y en V-Valley hemos decidido adquirir el rol de soporte al canal en los servicios gestionados. Este nuevo aporte se suma a la capacitación y el soporte existentes, que ya veníamos ofreciendo desde V-Valley Academy. Nuestros *partners* tendrán acceso a nuestro equipo de expertos con lo que podrán reducir costes en la implementación de las nuevas tecnologías en



**Hugo Fernández y Alberto López,**  
administradores delegados de V-Valley

los clientes y además mejorar la seguridad y el cumplimiento normativo, todo ello sin perder foco en sus metas comerciales.

**2 - Hugo Fernández:** Nuestra estrategia viene marcada por dar un impulso en el canal de las tendencias tecnológicas que hemos comentado anteriormente, donde la generación de nuevo talento digital, a través de nuestra V-Valley Academy, es fundamental para poder abordar la creciente demanda de servicios alrededor de dichas tecnologías. V-Valley Academy es un centro de innovación de conocimiento tecnológico que ponemos en manos de nuestros socios y fabricantes para acelerar la penetración de tecnologías como la IA, la ciberseguridad, la realidad

virtual y aumentada, y darle un fuerte impulso al desarrollo sostenible a través de la tecnología.

**Alberto López:** Después de un 2023 complicado, debido a la globalización de los problemas, esperamos un año 2024 con mayor estabilidad y con muchas nuevas oportunidades. La integración de Lidera dentro de V-Valley nos permite consolidar nuestra posición en el área de ciberseguridad y empezar un año donde aumentaremos nuestra capilaridad y especialización comercial y en el que también los servicios profesionales de apoyo al canal serán los pilares de nuestra estrategia.

## WATCHGUARD

**1 -** El tejido empresarial español está inmerso en un proceso de digitalización y el segmento de la pyme no se mantiene ajeno a ello, de hecho, se están produciendo interesantes avances, pero cabe señalar que queda un importante camino por recorrer. Otro factor que detectamos que está dinamizando esa digitalización es el hecho de que algunas de esas pymes trabajan con grandes cuentas y es un requerimiento más el hecho de conectar y/o digitalizar actividades y procesos para poder mantener el ritmo del negocio. Asociado a todo esto está el elemento de protección de las pymes.

Por tanto, y ante todo lo que queda por hacer, en este 2024 el sector TIC continuará desempeñando un papel clave en el avance de la digitalización y protección tanto de las pymes como de la Administración pública, pues proporcionará las herramientas, la infraestructura y el conocimiento necesarios para avanzar en esa transformación con mayor seguridad y contribuyendo al desarrollo económico y social. Asimismo, para facilitar ese consumo de la tecnología, debemos tener presente que ésta se puede consumir como servicio según las necesidades de cada pyme.

Por su parte, hay que destacar que el Gobierno está trabajando en la consecución de fondos europeos para impulsar este avance y ha sido una iniciativa bien planteada para ayudar a las pymes. El hándicap lo hemos encontrado a la hora de hacer estos fondos accesibles de una manera eficaz, eficiente y sencilla.

En definitiva, vamos por el buen camino, pero todavía queda mucho por hacer de cara a utilizar la tecnología como un elemento diferenciador y de valor, y no como un elemento puramente de facilitación. Las pymes deben ser conscientes de que la colaboración y la adaptación continua a las nuevas tecnologías serán cruciales para enfrentar los desafíos, aprovechar las oportunidades emergentes y para seguir siendo competitivas.



**Miguel Carrero,**  
VP, Security Service Providers &  
Strategic Accounts de  
WatchGuard

**2 -** La estrategia de WatchGuard, su visión y su misión están claramente focalizadas en ayudar a cualquier tipo de organización. De esta forma conseguimos que la ciberseguridad de clase empresarial sea accesible para todos los tipos de negocios, independientemente de su tamaño, e integrando todos los elementos de ciberseguridad que se necesitan. Por otro lado, para lograr esa democratización de la ciberseguridad, en WatchGuard recurrimos básicamente a dos parámetros o vectores: uno de ellos es el tecnológico, donde seguimos apostando por nuestra arquitectura y enfoque de Plataforma de Seguridad Unificada, que ayuda a las empresas a mejorar y ampliar su seguridad y, al mismo tiempo, reducir los costes generales simplificando la mitigación de riesgos por medio de enfoques de seguridad centrados en el usuario.


El segundo gran vector es nuestro canal, nuestro ecosistema de *partners* y colaboradores. Son ellos los que pueden hacer que esa tecnología se convierta realmente en una solución adaptada a las necesidades concretas de cada compañía. Aquí tenemos dos elementos que destacar y que guardan relación con cómo habilitamos a nuestros *partners*: uno, para que den cada vez mayores capacidades de servicio hasta llegar al servicio gestionado. Mientras que el segundo es cómo les ayudamos nosotros con servicios para avanzar en ese camino. Un buen ejemplo aquí es el lanzamiento de WatchGuard MDR. Se trata de un servicio que damos a nuestro canal, con el que le ayudamos a avanzar en su evolución para convertirse en un proveedor de servicios de seguridad gestionados. Y en este segundo vector, también queremos hacer hincapié en el foco estratégico para este 2024 y a futuro sobre el reclutamiento de esos *partners* de valor añadido.



La multinacional coreana reduce la dependencia de Asia y mejora su eficiencia con su fábrica de Eslovaquia

# "Hecho en Europa para Europa", la apuesta de Samsung para responder a la demanda de la región

Cerca de Bratislava se encuentra la ciudad de Galanta, una pequeña localidad de unos 15.000 habitantes en la que Samsung decidió instalar su nueva fábrica de pantallas, la primera de Europa. Esta nueva planta, la cual lleva produciendo desde agosto de 2022 y está especializada en la fabricación de paneles para las pantallas The Wall y las soluciones basadas en LED, es la materialización de la apuesta de Samsung por "Made in Europe for Europe". Una estrategia con la que la multinacional coreana busca, por un lado, reducir su dependencia de Asia y, por otro lado, mejorar su eficiencia, plazos de entrega y flexibilidad con el fin de responder a la demanda existente.

 Olga Romero

**C**omo aseguran desde Samsung, la producción de este producto en Europa permite a la compañía mitigar problemas relacionados con la logística o con la cadena de suministro, los cuales han tenido gran protagonismo en los últimos años. Además, les permite ser conscientes de las emisiones de carbono, así como reducirlas, ya que la fabricación se encuentra dividida en áreas localizadas más pequeñas y no en un punto central. También supone una ventaja a la hora de trasladar las pantallas para su reparación y posterior envío al cliente, mejorando así el servicio posventa.

### Proceso y controles exhaustivos

La fábrica de Eslovaquia, tercera en el mundo que produce The Wall, una se encuentra en Vietnam, la cual produce para Asia, y la otra está situada en México para dar respuesta a la demanda del mercado americano, cuenta con una maquinaria avanzada para el proceso de fabricación y con unos exhaustivos controles de calidad. Concretamente Samsung somete a The Wall a un total de 10 controles de calidad, al igual que al resto de sus productos premium, con el fin de garantizar el máximo nivel de calidad.

El proceso de fabricación, en el que la tecnología más avanzada y las personas trabajan de la mano, cuenta con un alto nivel de precisión en las diferentes fases. La primera, en la que se fabrican los paneles LED, está prácticamente automatizada en su totalidad, aunque la supervisión humana es factor clave. Ya en la segunda fase, la de montaje, el factor humano cobra especial importancia tanto en la parte de ensamblaje de los diferentes paneles como en el control de calidad.

### Tecnología The Wall


Las pantallas The Wall emplean tecnología MicroLED, una tecnología extremadamente fina y delicada


para la que Samsung ha desarrollado una nueva manera de transferir los diodos a la placa, así como el proceso *black seal technology*, gracias al cual la multinacional consigue ofrecer a este producto premium colores más puros y mejores contrastes.

Cabe destacar que el número de píxeles por módulo varía según el modelo. En este sentido The Wall IWA P0.8 dispone de 129.000 píxeles, mientras que el modelo P1.2 cuenta con 57.600 píxeles y el modelo P1.6 tiene 32.000 píxeles. El nombre de estos modelos viene determinado por la distancia entre los diodos y, actualmente, el modelo 0,8 mm es el de más alta calidad ya que proporciona una experiencia de imagen única.

### El mercado

Samsung desarrolló The Wall para ser utilizado en un amplio abanico de sectores y verticales como, por ejemplo, automoción, *retail*, *hospitality*, empresas, salas de control, educación o producción virtual. Esto es posible porque se trata de un producto fácil de configurar, en lo que a forma y tamaño se refiere, y de adaptarse a las necesidades de los clientes gracias a su diseño flexible.

La fábrica Samsung Electronics Slovakia (SESK) consiguió producir algo más del 40 % de la demanda europea desde su apertura hasta finales de 2022. Cifra que se ha incrementado durante 2023, año en el que se está rozando el 90 % de la producción europea. Estas cifras no sorprenden ya que, en Europa, la multinacional coreana tiene una cuota de mercado del 39 % en lámparas sub-2 mm, cuota que procede, en la mayor parte, de la gama The Wall. Además, más del 50 % de las ventas LED de Samsung en Europa durante 2023 proceden de este producto, un porcentaje que en el caso de España es muy similar. 

Europa, la multinacional coreana tiene una cuota de mercado del 39 % en lámparas sub-2 mm, cuota que procede, en la mayor parte, de la gama The Wall. Además, más del 50 % de las ventas LED de Samsung en Europa durante 2023 proceden de este producto, un porcentaje que en el caso de España es muy similar. 



**Samsung**  
samsung.com/es

# El paso adelante del canal de distribución de Samsung durante 2023

El liderazgo y la innovación en nuestra tecnología son solo una parte del éxito. El producto necesita ir acompañado de una estrategia de canal efectiva que alinee la distribución de los activos de una manera especializada y eficiente. Por ello, desde Samsung hemos dado pasos significativos para mejorar la experiencia de compra y hacer nuestra tecnología más accesible a las personas durante el último ejercicio.

# A

cuernos con *partners* y grandes distribuidores

enfocados en usuario final son claves, ya que suponen un gran volumen de ventas; no obstante, en España, las pymes siguen siendo el pilar de la economía, por lo que combinamos nuestra estrategia B2B para ofrecer nuestros productos y servicios tanto a pequeñas como a grandes empresas, sin olvidar las instituciones públicas, lo que garantiza el éxito de cualquier organización.

La colaboración con *partners* es crucial en la estrategia de Samsung, aportando valor añadido a las empresas mediante la oferta de tecnología punta y soluciones móviles, lo que ha resultado en una mayor competitividad en diversas industrias. El compromiso de Samsung con su canal de distribución ha sido firme, apoyando a los socios en la identificación y aprovechamiento de nuevas oportunidades de negocio.

El impulso que Samsung realiza en su estrategia de canal busca cumplir las expectativas de sus clientes, y adaptarse a cada entorno. La agilización de procesos y la reducción de tiempos es un valor añadido que mejora la experiencia de venta en empresas indiferentemente de su tamaño, y refuerza nuestra posición como líder en so-



luciones tecnológicas para el sector empresarial, además de adaptarnos a las necesidades de cualquier organización, ya sea de carácter privado o público.

De cara a garantizar la capilarización de nuestros dispositivos más punteros al mayor número de personas, hemos establecido alianzas estratégicas innovadoras con entidades como Tendit, que incorporan nuestra gama de *smartphones* en su programa de distribución basado en *renting*. Su servicio "*Device as a Service*" (DaaS) promociona el alquiler integral y con renovación, permitiendo a las empresas estar actualizadas con la última tecnología de forma flexible e incorporando un seguro completo y diversos servicios.

La adopción de este servicio ha supuesto un notable aumento de sus ventas por parte de más de 350 *partners* de Samsung

a través de esta modalidad, fomentando el crecimiento con nuestros socios, ofreciendo a las empresas mayor flexibilidad y agilidad en la adopción de soluciones móviles, además de posibilitar el ahorro de costes y la renovación oportuna de equipos en un entorno en constante cambio.

Estas iniciativas son reflejo de nuestro compromiso con la democratización de la tecnología, ya que facilitamos su acceso a través de modelos de

compra, alquiler u otras facilidades, complementado con ofertas que destacan por su versatilidad, seguridad y servicios adicionales.

La expansión del canal de distribución de Samsung a través de diversos canales, así como el desarrollo de nuestros acuerdos y colaboraciones con *partners*, son la piedra angular de la estrategia de canal de Samsung, alineándola con nuestro compromiso por la sostenibilidad y nuestros principios de hacer la tecnología accesible a todas las personas. En Samsung buscamos asegurar que la calidad de la experiencia de compra esté a la altura de la innovación y de la tecnología que caracteriza a nuestros productos, tanto en 2023 como en los ejercicios que están por venir. 

**Anna Coll,**

*B2B channel sales manager de Samsung*

Hugo Fernández y Alberto López dirigirán la estrategia del mayorista

# V-Valley: la inversión que fructifica en crecimiento

Crecimiento e inversión han marcado el paso de V-Valley en los últimos años. O inversión y crecimiento, que el duplo va inexorablemente de la mano y en ese orden. Tras la larga y fructífera trayectoria de Javier Bilbao al frente de V-Valley que permitió, primero, conformar una estrategia en el complicado mercado del valor y, posteriormente, fortalecer la presencia y, por tanto, el negocio de la compañía, Hugo Fernández y Alberto López, administradores delegados del mayorista, abren una nueva etapa, continuista, y que mantiene el crecimiento como horizonte prioritario. "La herencia de Javier Bilbao es de continuo crecimiento", señala Hugo Fernández. "Ha sido una figura clave en la integración de los negocios de las compañías que Esprinet ha ido adquiriendo en los últimos años, aglutinando el valor, el conocimiento y los profesionales".

Marilés de Pedro

**H**ugo Fernández recordó la política clara de expansión que defiende V-Valley. Tras las ya lejanas compras de GTI, "el mayorista español más fuerte en el área del valor", o de It-way; el último paso ha sido la compra de Lidera Network. "Queremos expandirnos sobre todo en el área de valor", insistió. V-Valley ya representa el mayor EBITDA de la compañía con un peso del 23 % en la facturación. "Hemos invertido donde hay más posibilidades de generar más beneficio". Fernández recordó que es el área en el que más se está invirtiendo, "no solo en el área de las soluciones avanzadas, también en los territorios geográficos". No olvidó referirse a la esencial sinergia con Esprinet. "Su capilaridad es la mayor de España en cuanto a número de *partners*; de lo que nos nutrimos desde el área de valor, tanto en el segmento de los distribuidores de la pyme como en el apartado corporativo".

La trayectoria de V-Valley en el sur de Europa en los últimos cuatro años se escribe desde los 556 millones de euros de 2018 a los 1.050 de 2022. En este 2023, Hugo Fernández desvela que han experimentado crecimientos muy superiores al doble dígito en áreas como la nube. "Con humildad, pero también con convicción, somos el mayorista *cloud* por excelencia en España. La consultora Context nos ha premiado en este apartado".



Hugo Fernández y Alberto López,  
administradores delegados de V-Valley

"Vamos a mantener la trayectoria del área de la seguridad, con el reto de incrementar la venta de servicios; clave para crecer en el margen y en el beneficio"



## Ciberseguridad

La ciberseguridad es área clave. Un negocio con seis años de recorrido en el mayorista que ha mantenido un enorme crecimiento. "Al principio no éramos un jugador en este mercado", recuerda Alberto López. "Y ahora lo somos". Más de un lustro en el que la división ha mostrado un crecimiento sostenido. Ahora, el siguiente paso es integrar a Lidera Network. "Vamos a mantener esta trayectoria, con el reto de incrementar la venta de servicios; un área clave para seguir creciendo en el margen y en el beneficio; y en la que Lidera juega un papel esencial".

También quieren crecer en la oferta que se ha ido consolidando a lo largo de estos seis años. "Algunos proveedores están llamando a nuestra puerta", desvela. "Hay que trabajar muy bien con cada una de nuestras marcas. En muchos de nuestros fabricantes ya somos el número uno en cuota de mercado, pero también crecemos con fabricantes de nicho por que tratamos de buscar las mejores soluciones. Hay que buscar un equilibrio". López desvela que se encuentran en conversaciones con algunos fabricantes para incorporarlos a su oferta.

"Contamos con una libertad absoluta para trabajar con la oferta que deseemos; lo que nos concede una ventaja respecto a la competencia

y nos permite conjugar fabricantes que disfrutan de una facturación importante con proveedores más pequeños, que permiten acudir a un cliente a contarle cosas nuevas, diferentes". Además, el directivo aseguró que es el mayorista más rápido del mercado en lanzar un pedido, con equipos expertos de preventa y de marketing. También destaca el talento conseguido en este periodo. "Contamos con el mejor equipo profesional del sector de la seguridad. Somos un lugar muy atractivo para atraer talento, que es lo más importante de una compañía".

López identifica la protección en torno al usuario como el sector con más crecimiento. "Estamos viendo una enorme proliferación de amenazas relacionadas con el comportamiento del usuario, la protección del dato y el acceso a las aplicaciones", puntualiza. La estrategia de V-Valley reposa en seguir fortaleciendo su oferta, que es "cada vez mejor".

## Cloud y mucho más...

El área *cloud* es pilar fundamental de negocio. Fernández asegura que cuentan con una de las mayores ofertas "como servicio" del mercado. Un apartado en el que la plataforma de gestión de *cloud*, Cloud Marketplace, es la pieza esencial. "Su desarrollo está basado en las necesidades de los clientes", señala Hugo Fernández. "Nuestra proximidad a los clientes nos permite adaptarla al negocio en los países en los que operamos: España, Portugal, Italia y el norte de África". Una plataforma con capacidades de automatización y aprovisionamiento, a las que se unen la gestión y optimización de los consumos, por ejemplo, de Azure, o la detección de posibles ataques. El negocio del centro de datos generaba el pasado año casi un tercio de la facturación. Un apartado que va ligado, ciertamente, al área del *cloud*, pero en un modelo híbrido en el que los modelos de infraestructura como servicio han ido creciendo, asentándose en el mercado. "Lo híbrido estaba, está y estará", asegura. "Hay cargas que son necesarias que estén en un centro de datos local, lo que exige contar con un equipo propio; lo que se combina con los entornos de nube pública".

El desarrollo de la inteligencia artificial, a su juicio, no es pilar futuro, sino presente. "Hemos desarrollado muchísimos proyectos con esta tecnología. Hay que ser valiente en la adopción de productos que la incluyan. Si sabemos conjugar la inteligencia artificial, que es transversal para todas las tecnologías, lo podremos aprovechar".

Otra de las novedades del pasado año fue la conformación de la unidad de negocio de identificación automática (Auto ID), tras las estratégicas compras llevadas a cabo en los últimos años. "Hay muchísimas oportunidades en este apartado", señala. Una iniciativa que se basa en una organización muy vertical, con equipos con un conocimiento muy específico de la materia.

## Buenas perspectivas

Ambos directivos se muestran optimistas de cara a este 2024. "Ya contamos con un Gobierno, lo que va a contribuir al desarrollo del negocio público y sigue habiendo muchos fondos europeos que, entre todos, debemos canalizar mucho mejor. Y no solo los fondos NextGenerationEU,

también existe dinero para invertir en apartados como el *cloud*, la ciberseguridad, la eficiencia energética y la tecnología verde; lo que apunta a que el mercado del valor en


"Hemos invertido donde hay más posibilidades de generar más beneficio"

España estará por encima de un crecimiento del 10 %", prevé Hugo Fernández. Una buena previsión que se afianza en la buena marcha del mercado de la nube, con crecimientos de doble dígito muy altos. "Es imparable". También con la ciberseguridad y con el despliegue de proyectos dedicados a la sostenibilidad. El mayorista, desveló, va a crear un área de negocio vinculada con la eficiencia energética que ya está en marcha en Italia. Es un apartado en el que ya cuentan con algunas marcas aunque el objetivo es sumar más proveedores. "La sostenibilidad es clave para nuestra estrategia", remarcó.

La creación del ministerio de Transformación Digital es valorada de manera positiva. Fernández recuerda que muchos países ya tenían ministerios muy enfocados en la tecnología. "Refleja la importancia que tiene", valora. "Es necesario y tiene que revertir en la mejora del país. Tenemos una Administración pública muy densa y espero que su creación dinamice, por ejemplo, áreas como la justicia".

En el área de la ciberseguridad, Alberto López asegura que las oportunidades continuarán. "El crecimiento de los fabricantes con los que ya contamos va a ser bueno; lo que se sumará a posibles firmas que nos ayudarán a cubrir aún más el ecosistema".

## Talento

También se refirió Fernández al problema de la escasez de talento. "Faltan ingenieros en el área de la nube pública. Y si queremos acelerar el negocio, o hay talento digital para ejecutar las oportunidades del mercado, o es imposible". La apuesta por su captación y desarrollo en V-Valley se refleja en V-Valley Academy, el centro de conocimiento a disposición de *partners* y de fabricantes. "Queremos que sea una incubadora tanto de negocio como de talento. Si no, es imposible ir a la velocidad que la tecnología requiere para abordar los proyectos". 

# "One Lenovo es un éxito y lo será aún más en los próximos años"

"Una misma estrategia, un mismo canal y los mismos clientes". Alberto Ruano, director general de Lenovo en España y Portugal, insistió, una vez más, durante la celebración del Tech World Spain 2023, en el concepto One Lenovo, que marca la estrategia de la multinacional desde hace tiempo y que unificó su visión del mercado. "A los clientes hay que acudir con toda nuestra oferta que, desde hace años, es una propuesta completa, de principio a fin", recordó. Un "One Lenovo", que "es un éxito y que lo será aún más en los próximos años".

Marilés de Pedro



M

## mercado PC

Alberto Ruano volvió a mostrar un talante optimista en sus previsiones para el mercado del PC en este 2024. "Veo signos de recuperación", aseguró. "La inteligencia artificial nos va a ayudar a vender más dispositivos". Según IDC, en 2023, el mercado español del PC acabará con un descenso del 18 %: se pasará de comercializar 4,1 millones en 2022 a los 3,3 millones del pasado ejercicio. "El comportamiento de Lenovo es mejor que el del mercado", desveló Patricia Núñez, directora de Operaciones y de Producto de la filial ibérica. Con un retorno a la "normalidad en el nivel de inventarios", en el mercado ibérico, en el primer semestre fiscal (entre abril y septiembre), Lenovo se colocó en segunda posición en el mercado de los portátiles, con un crecimiento del 3 % en la facturación;

y en tercer lugar en el área de los PC de sobremesa, con un ascenso del 16 %. En el segmento de las tabletas, lidera el mercado global con una cuota del 35 % (un 44 % si se trata del mercado Android).

"Seguimos siendo líderes, según IDC, en el segmento educativo", desveló Ruano. "También en las grandes cuentas", completó. Lenovo ha multiplicado por tres su facturación en el segmento privado y son líderes en el área de las telcos.

## Área de la infraestructura

Rafael Herranz, director general de ISG de Lenovo Iberia, se mostró muy satisfecho de los resultados obtenidos en

el área de la infraestructura. Entre los datos más positivos, el crecimiento del 151 % en el área de los servidores, lo que sitúa a la compañía en ter-

"Hay signos de recuperación en el mercado del PC"

cera posición del mercado, con una cuota de mercado del 16 %, según IDC, por detrás de HPE y Dell Technologies. "Hemos sido la compañía que ha tirado del mercado de los servidores en España y los únicos que hemos incrementado nuestra facturación", explicó. "Nuestro objetivo es liderar el mercado, reto que está más cerca".

En el repaso al canal, Lenovo ha elevado en un 21 % el número de *partners* que se dedican a desplegar este mercado. En su primer semestre fiscal, concluido el pasado mes de septiembre, el crecimiento del área de los servicios a través del canal en Iberia se ha situado en un 184 %, con el

servicio Premier Support creciendo un 33 % en su facturación. Este servicio, el de más alto nivel en Lenovo, es un soporte postventa especializado, personalizado, con 24 horas de servicio y con prioridad en las piezas.

En el análisis de los resultados mundiales, la marca ya se ubica en tercer lugar en el área del almacenamiento, en el que ha obtenido un crecimiento del 46 %. "Somos líderes en el segmento medio, donde ubicamos nuestra oferta", especificó. En el terreno del software ha crecido un 3 % y un 11 % en servicios. Herranz recordó el liderazgo de la marca en el área del HPC, donde ha crecido un 12 %, y la importancia estratégica del Barcelona Supercomputing Center, el tercer supercomputador a nivel mundial. "En este mes de enero veremos más supercomputadores de Lenovo en España", desveló. De cara al futuro, insistió que el objetivo es "seguir creciendo y ganando más espacio en el mercado". La aplicación de la inteligencia artificial y el despliegue de áreas como el *edge* y la supercomputación son áreas claves. Por último, recordó la apuesta de la marca por el mundo de la infraestructura como servicio con TruScale.

### Mobile Business Group

La división de Motorola, Mobile Business Group (MBG), ha ido, poco a poco, ganando presencia en el atestado mercado de la telefonía inteligente. A nivel mundial en su segundo trimestre fiscal la marca elevó en un 11 % el número de unidades vendidas. Andrea Monleón, *general manager* de MBG en España y Portugal, señaló que el panorama en EMEA es mejor: en su primer semestre fiscal, entre abril y septiembre, el ascenso se cifra en un 18 % en las unidades y un 24 % en la facturación; lo que ha otorgado a Motorola una cuota de mercado del 3,8 % en su segundo trimestre fiscal.




“Hemos sido la compañía que ha tirado del mercado de los servidores en España y los únicos que hemos incrementado nuestra facturación”

La previsión de la marca es comercializar más de 8 millones de unidades en EMEA en el conjunto de su año fiscal, que concluirá el próximo 31 de marzo. El segmento empresarial (cuya previsión de crecimiento se cifra en un 47 %), junto al mercado de las telcos y el imprescindible segmento *retail*, señalan las áreas prioritarias de desarrollo.

España, señaló Andrea Monleón, se ha situado como un país de foco. "En el primer semestre fiscal, el crecimiento en España fue del 58 %, con un 57 % en el número de unidades, lo que nos ha permitido multiplicar por 2,5 nuestra cuota de mercado". El 37 % de las ventas ya pertenece a los equipos *prémium*.

### Fábrica húngara

En su estrategia de deslocalización, Lenovo abrió fábrica en Hungría para atender la demanda en el área de EMEA. Una factoría con una capacidad de fabricación diaria de 1.000 servidores y 4.000 estaciones de trabajo. El pasado mes de junio alcanzó el millón de unidades comercializadas, sirviendo a más de 65 países. 

Lenovo  
lenovo.es



La marca disfruta de un ecosistema de *partners* conformado por alrededor de 300 compañías

# Infraestructura, dato e inteligencia: la receta de NetApp en el mercado tecnológico

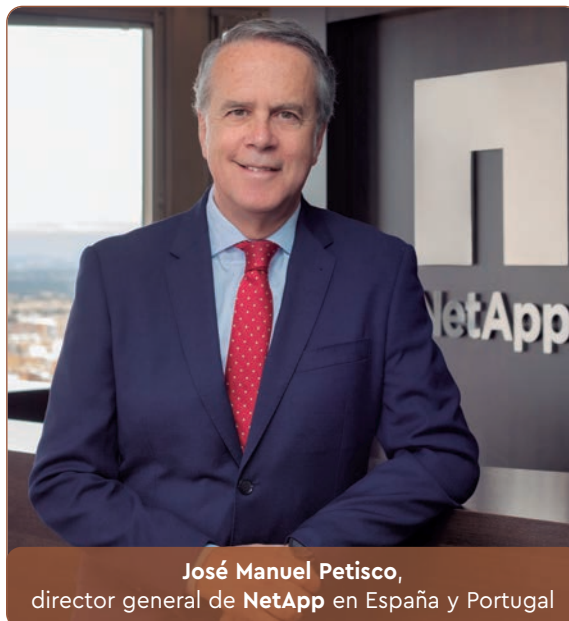
Recuerda José Manuel Petisco, director general de NetApp en España y Portugal, que la infraestructura donde reposan los datos tiene que ser inteligente. En un mercado, cada vez más complejo, el dato dicta de manera inapelable sus exigencias tecnológicas. Y las empresas, como NetApp, que lo tienen como motor de negocio, deben dar cumplida respuesta a esos requerimientos. En un sector regido por nuevas tecnologías, como es el caso de la inteligencia artificial, "los datos son el denominador común de todas ellas. Es la base, con valor propio, "sobre la que la empresa toma cualquier decisión", recordó.  Marilés de Pedro

**T**res son las áreas en las que la multinacional sustenta su estrategia para cumplir con esos retos en el mundo del dato e insuflar inteligencia a su propuesta. "Ofrecemos una propuesta de almacenamiento unificado; esencial para que las empresas accedan a sus datos, estructurados o no, en el momento y en el lugar que lo necesiten", explica Petisco. Unos datos que deben estar convenientemente arropados por una cartera de servicios, en la que la seguridad y la gestión para moverlos con agilidad entre diferentes entornos y nubes son de obligada presencia. "También la sostenibilidad", completó. "Tenemos que manejar datos que nos permitan ser más sostenibles: podemos mover los datos que no utilizamos (el 72 % de los datos nunca vuelven a ser accedidos), a entornos más sostenibles, como puede ser el *cloud*", explicó. "A través de nuestro software ONTAP logramos una enorme eficiencia".

El tercer pilar es la optimización y la automatización, absolutamente esenciales para que "la infraestructura inteligente sea útil", completó Jaime Balañá, director técnico de NetApp en Iberia, que recordó el valor que ofreció a la estrategia de la marca la compra de SPOT. "En todos nuestros productos es posible aplicar una automatización", remarcó. "También es esencial la observabilidad, que nos permite disfrutar de visibilidad de todo el sistema, para que las empresas puedan tomar sus decisiones de negocio".

No olvida la empresa defender el valor del uso de la omnipotente inteligencia artificial. Una tecnología que permite a las empresas, "en la ingesta de datos, obtener análisis de mejor calidad", reiteró Petisco. Y que "aplica muy bien en los entornos híbridos", recordó Balañá.

Las soluciones de NetApp aplican a todos los entornos, incluso en los consolidados entornos tradicionales: el pasado año completó su oferta con el



José Manuel Petisco,  
director general de NetApp en España y Portugal

lanzamiento de la familia ASA, para cubrir el almacenamiento en bloque, a la que se ha unido recientemente la gama ASA C-Series. En los entornos públicos, Balañá recordó que están presentes en los 3 grandes proveedores *cloud*, que han desarrollado soluciones propias basadas en la tecnología de NetApp. "Este año Google anunció Google Cloud NetApp Volumes, que se unía a las soluciones con las que ya cuentan Microsoft Azure y AWS".

## "El mejor canal de la industria"

Como compañía con una estrategia 100 % indirecta, el canal se torna esencial. La marca disfruta de un ecosistema de *part-*

*ners* conformado por alrededor de 300 compañías, que Francisco Torres-Brizuela, director de canal, alianzas y *cloud* de España y Latinoamérica, calificó como "el mejor canal de la industria", destacando "su profesionalidad, compromiso y su evolución". Tal y como explicó, "son compañías muy fieles que han evolucionado con nuestra tecnología y que se van adaptando a nuestros cambios estratégicos". Todos los servicios y la puesta en marcha se hace con el canal. "Vamos juntos a todas las compañías".

Desde el pasado mes de agosto rige en NetApp un nuevo programa de canal, Partner Sphere. Una iniciativa que reparte a los socios en tres categorías (Approved, Preferred y Prestige) y 19 competencias de soluciones enfocadas a tres áreas claves: *cloud*, *hybrid cloud* e IA y analítica. Un programa que se ha adaptado a las nuevas realidades del mercado y, en particular, a las necesidades del ecosistema de *partners*. Cada uno de ellos tiene completa libertad para elegir el área que mejor centra su negocio, sin la obligación de formarse en ninguna otra; aparte del conocimiento básico. 

La compañía reivindica su objetivo de transformar el canal y evolucionar hacia un modelo de servicios

# Salvador Cayón:

## "HP es referente como socio para el canal"

Celebró HP, una vez más, su tradicional cocido con sus principales socios en su desempeño de negocio. Un cocido que en esta ocasión sirvió para rendir homenaje, aplauso sostenido durante minutos mediante, a Javier García Garzón, que ha decidido retirarse a sus aposentos familiares tras 36 ejercicios al pie del cañón. Salvador Cayón, que será quien dirija ahora la estrategia de la distribución; e Inés Bermejo, directora general de la compañía en España y Portugal, se encargaron, casi al alimón, de agradecerle su desempeño durante todos estos años. "Compañero, maestro y amigo para todo el canal de HP", se refirió Cayón, que no olvidó su apoyo "en el proceso de transición". La lideresa, por su parte, aludió a la "colaboración, el crecimiento y a los muchos buenos momentos vividos".

 Marilés de Pedro




### Nuevo reto

Coincidió Cayón en que 2023, que calificó como año "interesante", fue "de menos a más". Cumplida su mayoría de edad en la compañía, regir la estrategia de canal "es un reto y una ilusión". El objetivo principal, apoyado en dar continuidad a todo lo que se ha hecho bien, es trabajar en la transformación del canal, tanto el centrado en el apartado de la transacción, como en el vinculado con las pymes, la gran cuenta y los clientes públicos, hacia modelos contractuales y de servicios. Un proceso que arrancó el pasado año y en el que cree que se ha avanzado mucho. "No estamos donde queremos pero cuento con el canal porque tenemos que acelerar esa transformación para sacar partido a todas las oportunidades". Cayón reiteró que HP siempre pone al canal por encima de las iniciativas para poder aprovecharlas. "Somos un referente como socio de canal".

### Primer año al frente de HP

Inés Bermejo, que ha cumplido un año al frente de la filial ibérica, corroboró el componente de variabilidad de 2023, pero aseguró que ha servido para "prepararnos mejor para el futuro. Y eso ha sido gracias al canal". Agradeció la labor de los *partners*, que "hace mejor a HP". También por "decirnos lo que no funciona, lo que puede mejorar y señalarnos dónde están las oportunidades".

Más que una extensión, la directiva aseguró que el canal es parte de la familia HP. "El negocio lo planificamos, lo ejecutamos y lo desarrollamos juntos". Agradeció también la paciencia del ecosistema para soportar e integrar "los procesos y los cambios que se operan en HP para trabajar mejor en un entorno cada vez más digital". 

# A

### poyo de Enrique Lores

Un cocido que contó, como ya sucedió en 2019, con la asistencia de Enrique Lores, CEO de la compañía, lo que demuestra el compromiso personal del directivo. "Este es el evento más importante de HP", desveló. Lores, que reconoció que no ha sido un año sencillo y que algunas cosas no "funcionaron como esperábamos", desveló que se concluyó ejercicio "mucho mejor de lo que empezamos. Cada trimestre, los resultados han ido mejorando".

De cara a este 2024, tiró de ilusión. "Tenemos confianza en las oportunidades que observamos en el mercado. El mundo es volátil y las cosas cambian rápido. Adaptarse con rapidez es la mejor manera de trabajar y continuar cumpliendo con nuestros objetivos". Agradeció el trabajo y el esfuerzo del canal; y recordó que "pase lo que pase, HP siempre va a estar con los *partners*".

La innovación marca la senda de crecimiento del mayorista

# Exclusive Networks:

## la ciberseguridad como senda de especialización



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

La ciberseguridad es el único camino que transita Exclusive Networks. Un mayorista que ha ido fortaleciendo su presencia en los últimos años, situando la innovación como seña de identidad. Carmen Muñoz, directora general de Exclusive Networks en España y Portugal, recordó esa filosofía, volcada 100 % en la especialización, y el ventajoso equilibrio entre su carácter global y su ejecución local. "Independientemente del tamaño que tenemos, a día de hoy somos capaces de adaptarnos a lo que en cada país se necesita, apoyándonos en esa cobertura global y en ese músculo que tenemos como compañía global".

Marilés de Pedro

Esta vocación especializada redonda en un catálogo de soluciones que, asegura la máxima responsabilidad, "son las mejores por su innovación y por la respuesta que dan a las prioridades que existen en materia de ciberseguridad". La cobertura global, insistió, "nos permite abordar proyectos multipaíses, con un alcance y una escalabilidad a nivel mundial, pero con una ejecución local". No olvidó incidir en el área de los servicios que abarcan desde la logística hasta los despliegues de servicios profesionales, la implementación, el soporte técnico y la educación. "Se trata de ayudar a los *partners* en el posicionamiento de las soluciones en el mercado". Tampoco obvió al equipo. "El principal activo que tenemos todas las compañías son las personas", explicó. En un sector, como la ciberseguridad, que sufre, como tantos otros, la escasez de profesionales cualificados, "es importante invertir en el talento interno. En Exclusive estamos muy comprometidos con la formación y con la certificación del equipo". Un compromiso que, no solo tiene una dimensión interna, sino que se alarga hacia el mercado. El pasado año se creó en Francia Exclusive Academy, una iniciativa que, mediante un curso de tres años, detecta, forma y retiene a nuevos talentos cibernéticos. "Tratamos de ayudar al mercado a contar con nuevas generaciones de talentos en materia de ciberseguridad".

"La cobertura global nos permite abordar proyectos multipaíses, con un alcance y una escalabilidad a nivel mundial, pero con una ejecución local"



### Compra de Ingecom

Muñoz recordó la compra del mayorista español Ingecom el pasado año. Una operación que se encuadra en la dinámica política de adquisiciones del mayorista que, recordó, se rige por tres objetivos: la entrada en nuevos mercados, fortalecer la presencia en aquellos en los que opera y abrir nuevas oportunidades de negocio. "La compra de Ingecom, que se integrará dentro del equipo de Ignition, una compañía adquirida hace un par de años en Reino Unido, permite ganar presencia en el mercado español, portugués e italiano, que es donde opera", recordó.

### Enorme oportunidad

Según Canalys, el gasto mundial en el mercado de la ciberseguridad creció un 13 % el pasado 2023. José Manuel Medina, director de desarrollo de negocio del mayorista, insistió en que es un mercado que sigue "siendo un área de crecimiento clave para el canal".

De los 223.800 millones de dólares que se calcula que es el volumen de la ciberseguridad a nivel mundial, alrededor de 80.000 millones corresponden al área de producto (con un crecimiento esperado del 12 %), mientras que 144.000 se generan gracias a los servicios, con un ascenso esperado del 14 %.

En el análisis de los mercados, es la seguridad de la web y el correo electrónico la que cuenta con un mayor peso en el crecimiento del negocio de la seguridad (un 18,3 %). A continuación se sitúa el *endpoint* (un 15,4 %), el área de la vulnerabilidad y la analítica (14,3 %) y la protección de la red (13,2 %). La seguridad del dato, con un peso del 9,7 %, y la gestión del acceso y la identidad, con un peso del 14,2 %, completan la foto actual.

De cara a 2024, el mayor porcentaje de crecimiento procederá del área de la vulnerabilidad y la analítica, seguida de la protección de la web y el correo electrónico y el *endpoint*.

### Retos para el canal

Medina repasó las principales prioridades del canal. "Para el 69 % de los *partners* la inversión en servicios profesionales es clave para crecer y para el 65 % es el área de los servicios gestionados la principal vía de crecimiento". Otros retos destacados son la adopción interna de mecanismos de automatización y de inteligencia artificial (para el 57 % de los *partners*), el trabajo con nuevos proveedores especializados (para el 55 % de las compañías) y la colaboración con otros *partners* para realizar una oferta conjunta en los clientes (53 %). Medina recordó que, según la consultora Gartner, las mayores tendencias hasta 2025 serán EDR/XDR, la seguridad en la nube, SASE y la gestión de la identidad.



**José Manuel Medina,**  
director de desarrollo de negocio de Exclusive Networks

Según la consultora Gartner, las mayores tendencias hasta 2025 serán EDR/XDR, la seguridad en la nube, SASE y la gestión de la identidad

### Los servicios, claves

El despliegue de una adecuada estrategia de servicios es clave. Alejandro Huerta, director técnico del mayorista, recordó que son fundamentales para integrarse con las soluciones de los fabricantes y ofrecer una propuesta global. "Exclusive es un socio de servicios para todo el canal", remarcó.

El catálogo abarca servicios logísticos, el mantenimiento y la instalación, los servicios profesionales (soporte 24x7, consultoría, bolsas de horas de soporte o proyectos llave en mano) y la formación. "Contamos con 900 puntos de entrega en el mundo", contabilizó, lo "que nos concede una enorme versatilidad".

**Exclusive Networks**  
exclusivenetworks.es

Fujitsu celebró el pasado 2023 50 años en España

# "Fujitsu España es motor estratégico de crecimiento en Europa"



Ángeles Delgado, presidenta de Fujitsu España

Fujitsu celebró en 2023 cinco décadas de establecimiento en España. Un largo periodo en el que la filial ha conseguido acercar la esencia de un país tan lejano como Japón a la realidad española, convirtiéndose como recordó Ángeles Delgado, máxima responsable de su estrategia, "en motor estratégico del negocio de la multinacional en Europa". Una relación que otea un panorama a largo plazo. "Seguiremos manteniendo el compromiso con España", insistió. Presentes en más de 160 países, Delgado puso en valor que "tener la confianza y la credibilidad de la corporación en un momento en el que España se está transformando, en base a las tecnologías, es vital para atraer más inversiones".

Marilés de Pedro

La compañía, que cerró el pasado 31 de marzo, un ejercicio con "excelentes resultados financieros", replicará, según desveló la presidenta, un buen cierre el próximo 31 de marzo. "Nuestra previsión de crecimiento se cifra en un 10 % con el área de servicios creciendo un 15 %". Con talante optimista, señaló que la estrategia estará marcada por el crecimiento. "Nos enfrentamos a un mercado dinámico, cambiante, marcado por lo digital, en el que Fujitsu seguirá invirtiendo para ganar nuevos mercados y segmentos, trayendo más oferta de soluciones a España".

### Repaso a 2023

Delgado habló del "círculo" virtuoso que ha hecho posible estos resultados, del que forman parte "los clientes satisfechos, los equipos comprometidos, la aceptación del mercado y el impacto positivo en la sociedad". Hoy más que nunca, aseguró, cree que la diferencia la dan las personas. "Su talento, su capacidad de crear, innovar y colaborar".

La marca, según un reciente estudio de Whitelane sobre el panorama de servicios europeos, con una cobertura en España del 74 %, se sitúa como líder en nuestro país en este crítico apartado.

En la lista de proyectos, destaca el nuevo contrato suscrito con CaixaBank, uno de los clientes de referencia de Fujitsu en España. En el área de la sanidad, se refirió al proyecto con SERMAS; también con la Fábrica de Moneda y Timbre o con INCIBE, donde ha desplegado un proyecto que combina ciberseguridad con inteligencia artificial.

En el área de los nuevos clientes aparecen nombres como el Hotel Palladium, Bankinter, el Banco Santander, las clínicas Quirón o la Real Academia Española, en la que van a desplegar un proyecto *cloud*.

En el apartado de la crítica atracción de talento, se ha puesto en marcha el programa Fujitsu Talent Academy, en colaboración con cuatro universidades españolas, para incorporar jóvenes a la plantilla de Fujitsu.

La inauguración del centro de supercomputación en Galicia es un gran hito. Un centro que refleja, a su juicio, la manera en la que hay que trabajar en el mundo digital. "Se trata de un ecosistema en el que participa el sector pri-



vado, el ámbito público, la universidad y las startups". Un centro del que ya se están aprovechando compañías como Pescanova o Estrella de Galicia, "llevando la computación cuántica a casos de uso reales para la industria en la que llevan a cabo su actividad".

**Uvance**

La actual estrategia de Fujitsu, bautizada como Uvance, desarrolla cuatro grandes temas: fabricación sostenible, experiencia del consumidor, vida sana y sociedad de confianza. Delgado recordó, por ejemplo, que áreas como la "vida sana" escalan más allá de la sanidad tradicional. España es pionera en este apartado, con la creación de una división centrada en su desarrollo, en la que se han desplegado los dos primeros proyectos de genómica que se han hecho en España (en Murcia y en Madrid). En el área de la fabricación más sostenible Delgado anunció próximas inversiones en España. "También es esencial la mejora de la experiencia del consumidor, entendiéndolo en su sentido más amplio: como paciente en el mundo de la sanidad, en sus trámites con la Administra-

ción pública o solicitando servicios financieros". Por último, apeló a un mayor esfuerzo por seguir generando confianza en torno a la tecnología, lo que pasa por "la ciberseguridad y por la inteligencia artificial, lo que incluye

la ética, asunto que siempre ha estado presente en nuestro discurso tecnológico gracias a nuestra visión humanista de la inteligencia artificial".

Estas cuatro grandes áreas se sustentan en tres áreas horizontales. Las aplicaciones, a las que calificó como "el gran quebradero de cabeza para las industrias en todos los sectores", el salto digital y la tecnología híbrida. "Fujitsu va a incrementar su inversión en tecnologías claves como la supercomputación, la gestión de los datos, la inteligencia artificial o el desarrollo de las tecnologías convergentes". Con la sostenibilidad como asunto transversal. "Hemos adelantado el compromiso de emisión cero de CO2 de 2050 a 2030".

Fujitsu  
fujitsu.com

"Seguiremos manteniendo el compromiso con España"



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 compañías

ciberseguridadTIC.es

Para el C-Level de mediana y gran empresa

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

Para gerentes de pymes

PYMES revistapymes.es

POS, captura de datos y retail

tpvnews.es  
tpvnews.es



La compañía celebra su primer Europe Partner Symposium en Lisboa para hablar de las oportunidades que genera pasar de vender producto a vender plataforma

# CrowdStrike pide a sus *partners* que apuesten por la plataforma



Daniel Bernard,  
Chief Business Officer de CrowdStrike

Hace años que CrowdStrike es una compañía relevante en el mercado de la seguridad en el *endpoint*. Es más, nació al amparo del EDR (*Endpoint Detection and Response*), un concepto que terminó por imponerse y provocar un tsunami en un sector, el de la ciberseguridad, extremadamente fragmentado y en el que conviven empresas de nicho que desaparecen o son compradas, y otras que van ampliando su oferta de una manera orgánica o inorgánica, con más o menos éxito.

 Rosalía Arroyo

**C**rowdStrike se ha ido adentrando en otros mundos con nuevas propuestas y una serie de módulos que están siendo muy bien recibidos por su ecosistema de canal. Entre ellos destacan los módulos de seguridad *cloud*, seguridad de la identidad y LogScale, que capturaron el 20 % de los ingresos recurrentes de la compañía en su segundo trimestre.

A mediados de noviembre la compañía celebraba su primer Europe Partner Symposium, en el que se recordaban algunas de las últimas novedades anunciadas que están impulsando a la empresa más allá del *endpoint*, se ofrecían cifras a puerta cerrada, se animaba a los *partners* a crecer con la compañía y se anunciaban mejoras en Falcon Go, la propuesta de la compañía para el mercado *pyme*.

Daniel Bernard, *Chief Business Officer* de CrowdStrike, salía al escenario para dar la bienvenida a los *partners* y decirles que lo que unía a cada persona en la sala, sin importar de qué zona geográfica fuera y qué tipo de segmento de clientes cubriera, "es que ha invertido tiempo y energía en CrowdStrike" para asegurarles: "Todos habéis hecho una gran elección". Asegurando que lo que quieren los clientes es detener la brecha de seguridad, explicaba que muy pocas de las alrededor de 3.500 empresas de seguridad existentes "están preocupadas por qué detiene la brecha". La segunda gran demanda camina hacia la consolidación de todos los productos en una única plataforma y la tercera es que "todo el mundo quiere hacer más con menos. Así es como yo llamo a eso de reducir el TCO y la complejidad".

## El viaje hacia la plataforma

Recordando que por lo que se conoce a CrowdStrike es por el EDR, invitaba a los *partners* a "emprender un viaje juntos desde el producto hasta la plataforma, hablar sobre las nuevas capacidades de CrowdStrike y cómo acercarnos a nuevos perfiles de clientes". Hoy hablar de CrowdStrike no es hablar de EDR necesariamente, es hablar de detección de amenazas, de seguridad en la nube, de SIEM de próxima generación, de protección de datos, de gestión de la exposición al riesgo, de ITDR, de automatización de TI y de inteligencia de amenazas. Todo ello combinado con servicios para hablar de una plataforma XDR nativa con IA integrada, una plataforma viva que ofrece grandes oportunidades de negocio a través de los diferentes módulos integrados.

"Este es un año crucial en el mercado de SIEM", decía Daniel Bernard antes de hablar de su *next-gen* SIEM. Teniendo en cuenta que los datos de Falcon son que el 85 % de los datos que llegan a un SIEM como Splunk, "el gran desafío es cómo transferir los datos del EDR al SIEM, y luego incorporar los datos del *firewall* y otras piezas". La respuesta a este desafío

no es otra que *next-gen* SIEM, basado en Raptor, con su mayor capacidad para recopilar y correlacionar datos de cualquier registro, aplicación o fuente que le permite detectar amenazas más sofisticadas y complejas.

Detrás de Raptor está presente la tecnología de Humio, una empresa que CrowdStrike compró en febrero de 2021 por 400 millones de dólares para mejorar su capacidad de incluir y correlacionar datos de cualquier registro, aplicación o fuente en una apuesta decidida por el XDR.

"Permitir que cada uno de ustedes y sus empresas aprovechen la oportunidad de *next-gen* SIEM es un gran objetivo durante el próximo año", aseguraba Daniel Bernard, explicando que se trata de un área de negocio de más de 100 millones de dólares, que no es algo que se creara ayer y que "está listo para que cada uno de ustedes aprenda a interactuar" porque "lo que hace único a CrowdStrike es que creamos esos datos. Somos un creador de datos y damos la bienvenida a los datos de terceros".

"No competimos con Okta", aclaraba Daniel Bernard antes de hablar de detección y respuesta a amenazas de identidad, o ITDS (*Identity Threat Detection and Response*). Decía ante la audiencia que muchos de los ataques proceden de credenciales robadas, y no necesariamente del *malware*. Explicaba que la identidad se crea en el directorio activo, que es donde se determina a qué programas y aplicaciones se tiene acceso, y que con ITDR "detenemos el movimiento lateral en el punto final sin necesidad de un agente independiente".

Siguiendo con "el recorrido educativo en autobús por la plataforma Falcon", pasaba el CBO de la compañía a hablar de Falcon Cloud Security. "La seguridad en la nube es demasiado compleja", decía, explicando que hay una oportunidad para ayudar a los clientes "a comprender cómo tomar la decisión correcta y reducir el riesgo". Ahora, más del 35 % de los clientes de la compañía eligen y confían en la seguridad en la nube de Falcon para proteger su nube, así como 28 de las Fortune 100.

El último elemento del recorrido tecnológico es Charlotte AI, la inteligencia artificial generativa de la compañía, que permite "convertir horas de trabajo en algo fantástico".

### Mensaje al canal

Tras hablar de las bondades de la tecnología, tocaba hablar de negocio. Nada mejor que asegurar a los *partners* reunidos que "somos uno de los canales más exitosos de seguridad". Conseguida la atención del público, aseguraba Daniel Bernard que "ahora que somos plataforma, necesitamos un programa que la anime, inspire y recompense a los *partners* por acercar la plataforma a sus clientes". Esta es la base del Accelerate Partner Program, el nuevo programa de canal lanzado el pasado mes de septiembre. Decía el directivo que más producto significa más oportunidades, pero que "para poder llevar todos estos productos al mercado, tenemos que educarles sobre cómo venderlos y qué hacen". Existen recursos disponibles para los socios que generan mayor volumen de negocio, y algo llamado CrowdClass, "una serie educativa disruptiva que presenta a expertos de CrowdStrike en formatos de video de menos de 10 minutos".



## Hoy hablar de CrowdStrike es hablar de EDR y también de detección de amenazas, de seguridad en la nube, de SIEM, de ITDR o automatización

¿A quién no le gusta un ciclo de ventas más rápido?, preguntaba Daniel Bernard para recordar que a principios de este año se estableció "un requisito obligatorio para todo nuestro equipo de ventas por el que deben responder a un nuevo registro en menos de dos días". Añadía que "la segunda parte para impulsar ciclos de ventas más rápidos es el dinero, y pagarle no sólo a usted en forma de margen, sino también a sus contribuyentes individuales", y aseguraba que este año se han realizado inversiones agresivas en los programas de incentivos para los socios de primer nivel.

Mencionó también el directivo otras ventajas del nuevo programa de canal de la compañía, como Crowdcards, una novedad en el mundo de la ciberseguridad donde los profesionales de ingeniería de soluciones y ventas individuales obtienen recompensas de reembolso en efectivo con una tarjeta de débito de la marca CrowdStrike; o The Grid, una plataforma para campañas de marketing de autoservicio que ofrece *landing pages*, correos electrónicos y publicaciones en redes sociales que ayudan a los socios a ganar con la plataforma CrowdStrike Falcon.

Terminaba asegurando Daniel Bernard que CrowdStrike no es un callejón sin salida, sino que se puede empezar por el punto final y después vender nube e identidad. "La cuestión es despegar y moverse. Y, como ocurre con la mayoría de las cosas en la vida, cuanto más esfuerzo, energía, tiempo y recursos dediques a construir tu entorno CrowdStrike, verás el beneficio y el crecimiento en el otro lado".

CrowdStrike  
crowdstrike.com

Alfredo Yepez cumple su primer año al frente del sur de Europa y Latinoamérica

# HPE enfila su negocio hacia las áreas de mayor rentabilidad



Alfredo Yepez,  
director general de HPE en España, sur de Europa y Latinoamérica

Hace un año nacía en HPE su primera región transatlántica que concedía a la filial española una mayor dimensión internacional, gracias a que Alfredo Yepez reunía en su persona la dirección de España, junto al sur de Europa y Latinoamérica. 12 meses después el directivo, a pesar de las dificultades de contabilizar las áreas geográficas de manera independiente, realizaba un buen balance de la singladura. "Hemos superado las expectativas", desvelaba. "Hemos llevado a cabo una relocalización de los recursos, redistribuyendo las tareas de una manera mucho más eficiente en todas las áreas".

Marilés de Pedro

## Año fiscal y resultados "transatlánticos"

Tres son los ejes sobre los que gira el negocio de la multinacional: la nube híbrida, que lleva el nombre de HPE GreenLake; la inteligencia artificial y el uso correcto de los datos; y el área de la conectividad (identificada con HPE Aruba). Tres áreas que en los próximos tres años van a crecer en aproximadamente unos 200.000 millones de dólares que sumados a los 250.000 millones actuales, anticipa un mercado de 400.000 millones de dólares en dos o tres años.

HPE cerró su año fiscal el pasado 31 de octubre con una facturación de 29.100 millones de dólares, lo que supuso un ascenso del 5,5 %, con el área de la conectividad con un crecimiento del 45 %, lo que elevó su peso en el negocio de la multinacional hasta el 18 %, con un porcentaje del 45 % en el asiento de los beneficios. También fueron claves los resultados obtenidos en torno a la inteligencia artificial (High Performance Computing en las siglas de la multinacional) con un ascenso del 25 %. En el área de la infraestructura el negocio decreció un 1 %. "Hemos simplificado la oferta y hemos seguido desarrollando los modelos de suscripción, lo que explica ese ligero decrecimiento". El segmento del cómputo, por su parte, retrocedió un 7 %, lo que se explica por una racionalización de la demanda. "Ha existido una escasez de componentes, lo que provocó que los clientes incrementaran su aprovisionamiento, lo que elevó el negocio. Ahora, con una buena disponibilidad, la demanda es más estable".

"Vamos a jugar en toda la pirámide  
de la inteligencia artificial"



Un panorama de negocio que permitió al directivo señalar el cambio que se ha operado en la estrategia, que "se va a centrar en un mayor foco en las soluciones con mayor margen, como es el caso de HPE Aruba, que ha ampliado su oferta hacia el centro de datos; o las soluciones alrededor de la inteligencia artificial". No desdeñó las oportunidades en torno al almacenamiento y al cómputo, con los cambios que está haciendo HPE en su modelo de cobertura. Yopez recordó que el crecimiento previsto en el área del almacenamiento tradicional ronda el 2 %, sin embargo, segmentos centrados en la observabilidad y en la gestión del dato "cuentan con un mayor ascenso".

Un área en la que HPE ha llevado a cabo compras como Zerto, en el área de la recuperación ante desastres; u OpsRamp, centrada en la observabilidad y en la gestión de todos los componentes en los entornos de *cloud* híbrida.

En el área de la inteligencia artificial, "apuesta de HPE desde hace unos años", también ha llevado a cabo una política de compras como Silicon Graphics y posteriormente Create Computer. "Se trata de soluciones de infraestructura en los entornos de cómputo que requieren potenciar las soluciones de inteligencia artificial". Junto a ello recordó el concurso obligatorio del software de gestión. "El 25 % del negocio de servidores cuenta con una carga tecnológica suficientemente potente para soportar aplicaciones basadas en inteligencia artificial". No todos los clientes requieren de la misma potencia de cómputo, lo que ha llevado a HPE a crear diferentes opciones, "con un coste mucho más competitivo". Se trata, en definitiva, de "jugar en toda la pirámide de la inteligencia artificial", Aquellos clientes que requieren modelos de entrenamiento y de desarrollo, que exigen un alto coste, pueden desplegarlos "a través de una plataforma de consumo en *cloud*". Junto a ellos, aquellas compañías con requerimientos más tradicionales, "también cuentan con un modelo ajustado para ello".

## El pilar de HPE GreenLake

Sigue sumando adeptos la plataforma de HPE GreenLake, lo que ha permitido un incremento de su facturación y su peso en el negocio: la plataforma ha pasado de generar

alrededor de 7.700 millones de dólares el pasado año a 12.000 millones en su último cierre fiscal. "Lo más importante es la satisfacción y la retención de los clientes", desveló. "Contrariamente a lo que puede estar pasando en los entornos de *cloud* pública, donde muchos clientes están evaluando la repatriación de sus sistemas hacia ambientes privados". Especialmente importante es la facturación recurrente que en el año cerrado el pasado 31 de octubre se sitúa en 1.200 millones de dólares, lo que, al suponer en torno al 25 % de la facturación, "nos garantiza el crecimiento sostenido como compañía".



“Hemos llevado a cabo una relocalización de los recursos, redistribuyendo las tareas de una manera mucho más eficiente en todas las áreas”

## Buen desempeño de la geografía


Sin ofrecer datos concretos, Yopez desveló que la región transatlántica "obtuvo un rendimiento similar" a los datos globales. En el área del almacenamiento reconoció que los resultados fueron mucho mejores, cosechando un crecimiento en este apartado. "Captamos nuevos clientes alrededor de HPE GreenLake. Hemos establecido un nuevo modelo de cobertura que nos ha permitido acceder a nuevos clientes con una aproximación diferente".

HPE  
hpe.es

La compañía tiene previsto poner el foco en los servicios gestionados

## Especialización y rentabilidad, los ejes del renovado Cisco Partner Program

Cisco está apostando por mejorar los incentivos para sus *partners* y, al mismo tiempo, está fomentando su *expertise* para que sean más competitivos a través de nuevas especializaciones de soluciones. Estos cambios, que fueron comunicados en el último "Partner Summit", que se celebró en Miami bajo el lema "Greater Together", tienen como objetivo el impulso del negocio de sus *partners*.

 Rosa Martín

**M**aría Herranz, directora de la Organización de *Partners* en Cisco España, comentó que el objetivo del Cisco Partner Program es "impulsar la diferenciación, la competitividad y la rentabilidad de los *partners*". Y, ahora, este programa vuelve a transformarse mediante una "orientación hacia los incentivos y las especializaciones".

En el ámbito de las especializaciones, Cisco ha presentado una centrada en las pymes para ofrecer soluciones integrales y cuatro experiencias claves: pyme inteligente, pyme híbrida, pyme segura y pyme remota. Las otras especializaciones, que se lanzarán en la primera mitad de 2024, están centradas en el terreno de las soluciones del Internet de las cosas. Una de ellas tiene un enfoque industrial y otra tiene una orientación no industrial.



**María Herranz,**  
directora de la Organización de  
*Partners* en Cisco España

vida de los clientes para que puedan generar nuevos ingresos y otras opciones para que los *partners* puedan tener visibilidad sobre las oportunidades y los incentivos.

Otra herramienta importante es la denominada "Cisco Partner Journeys" que incluye 19 recorridos centrados en el ciclo de vida, la seguridad, la sostenibilidad o el software, entre otros.

La sostenibilidad también es protagonista en estos recorridos y uno de ellos es el denominado "Sustainability Partner Journey", en el que Cisco ofrece a los *partners* diferentes recursos para ayudarlos a evolucionar sus prácticas de sostenibilidad. Unido a este

recorrido está el estimador de sostenibilidad, una herramienta que permite calcular los ahorros de energía y la reducción de emisiones y de costes que pueden obtener los clientes que modernicen su hardware.

### Incentivos y PXP

Cisco tiene la intención de facilitar y simplificar los incentivos que ofrece a sus *partners* a través del "Cisco Partner Incentive", un incentivo unificado que combinará elementos de algunos de los incentivos más valorados. Este incentivo unificado se pondrá en marcha durante la segunda mitad de este año y tiene como meta respaldar la adquisición de nuevos clientes y facilitar la venta cruzada.


El "Cisco Partner Incentive" incluye tres apartados: ofertas no recurrentes, ofertas recurrentes y valor para el cliente. Los *partners* obtendrán reembolsos en función del valor del contrato de una venta cerrada, la finalización de las actividades para impulsar una solución y el valor del contrato anual incremental.

Las mejoras también han llegado al Partner Experience Platform (PXP), un portal personalizado, que se ha ampliado con conocimientos predictivos impulsados por IA/ML, en el que los *partners* podrán encontrar diferentes herramientas para mejorar su negocio. Entre las nuevas funciones figuran un buscador de crecimiento que ofrece visibilidad para retener, ampliar y cerrar más negocios, con información sobre ingresos recurrentes, ventas cruzadas y ventas adicionales, información ampliada sobre el ciclo de

### Servicios gestionados

Los servicios gestionados por *partners* son una prioridad para Cisco ya que este mercado tiene un valor potencial de 161.000 millones de dólares y la compañía espera que el 46 % de sus ventas proceda de los servicios gestionados en 2027. Por tanto, Cisco ha presentado el "Partner Advanced Support para MSP", un soporte avanzado para los MSP que tienen a su disposición un acceso más rápido a expertos y herramientas, soporte técnico en línea 24 horas todos los días de la semana y el acceso guiado a integraciones de aplicaciones (API) para los servicios ya existentes.

Por otra parte, Herranz comentó las novedades tecnológicas que está preparando como el avance hacia la inteligencia artificial mediante la colaboración con *partners* de infraestructura convergente e hiperconvergente entre los que se encuentran NetApp, Pure Storage y Nutanix.

También está ampliando su ecosistema FSO (*Full-Stack Observability*) con siete nuevos módulos de *partners* integrados en "Cisco Observability Platform" y está trabajando en el apartado de seguridad con las nuevas "Cisco Security Suites" que facilitan el consumo de sus soluciones de seguridad. 

**Cisco**  
cisco.es





Motorola, la libertad de estar siempre conectado

DMI Computer Distribuidor Oficial



**DMI**  
Computer

[www.dmi.es](http://www.dmi.es)







**Juntos, transformamos tu negocio**  
Descubre el programa e-voluciona de Esprinet



**¡Descarga la app Atrivity  
y únete a e-voluciona hoy!**  
Escanea el código QR  
de App Store o Play store:

