



# Los servicios gestionados: vía de rentabilidad para el canal

Según Canalys, los ingresos totales que se generarán en torno a los servicios gestionados en el canal de distribución crecerán un 12 %

## Los servicios gestionados: eje de crecimiento para el canal

**S**egún las previsiones que maneja Robin Ody, MSP, MSSP y *channels specialist* y *principal analyst* de Canalys, los fabricantes seguirán diseñando programas específicos para este tipo de *partners* y facilitar, por tanto, que sus soluciones sirvan de base para la construcción de su oferta. Ody también desvela que más del 50 % de todos los MSP operarán un modelo de ecosistema, en un ámbito cogestionado y/o coasociado, a lo largo de este ejercicio.

En lo que se refiere a la oferta de servicios que despliega este tipo de *partners*, los centrados en la consultoría en torno al cumplimiento normativo crecerán un 60 %, lo que convierte a la gobernanza de los datos en la próxima frontera de los servicios gestionados.

El analista de Canalys desvela que los ingresos por servicios gestionados de ciberseguridad crecerán un 15 %, por encima del ascenso global de los servicios gestionados.

Por categorías, los servicios MDR serán el motor de crecimiento número uno para estos *partners*, con un crecimiento de, al menos, el 50 %. Unos servicios que estarán presentes en cada contrato que gestione el *partner* en el cliente final.

En lo que se refiere a la inteligencia de moda, la inteligencia artificial generativa, al menos el 33 % de los MSP la utilizará para crear sus propias herramientas y procesos de automatización en 2025. También prevé el analista que la actividad de fusiones y adquisiciones en el canal MSP crecerá un 50 % a lo largo de este año.

Por último, los tres retos claves para este tipo de compañías serán la adquisición de nuevos clientes, la mejora de las competencias de los profesionales que forman parte de su plantilla y la transición de sus modelos de negocio. Se trata, recalca el analista, de un mercado con una enorme oportunidad, lo que exigirá que es-



**Convertirse en una compañía capaz de desplegar servicios tecnológicos gestionados de manera remota abre un campo enorme de posibilidades de negocio. Según Canalys, los ingresos totales que se generarán en torno a ellos en el canal de distribución crecerán un 12 % este año. Dos dígitos de crecimiento en un entorno macroeconómico complicado es una excelente previsión para todos aquellos *partners* que decidan sumarse a este modelo.**

 Marilés de Pedro

tos proveedores de servicios gestionados tengan que madurar sus modelos de negocio para dar cumplida respuesta a la demanda.

### Las pymes, claves

También la consultora Mordor Intelligence concede al mercado de servicios gestionados una enorme proyección: según sus cálculos movió el pasado año a nivel mundial más de 260.390 millones de dólares. Un enorme volumen de negocio que se espera que crezca hasta los 380.830 millones en 2028, lo que supone una previsión de crecimiento del 7,90 %.

La consultora señala que serán las pequeñas y medianas empresas uno de los factores que permitirán este crecimiento: se trata de em-

presas que no cuentan con recursos propios para gestionar sus sistemas tecnológicos, lo que las convierte en usuarias perfectas de estos modelos.

Apostar por un modelo de servicio gestionado concede a las empresas un abanico de beneficios, el más destacado, sin duda, centrar sus recursos en el desarrollo de su actividad: delegar la gestión tecnológica en un proveedor ayudará a reducir el coste tecnológico entre un 25 y un 45 % y aumentar la eficiencia operativa entre un 45 y un 65 %. Según Intelligent Technical Solutions, el 25 % de las organizaciones asegura que el coste que implica una incidencia, que provoca una inactividad, se mueve entre 301 y 400 dólares por hora. 

# SOPHOS

## Ciberseguridad también en MSP



Incrementa tu presencia  
en el mercado



Aumenta tus  
ingresos

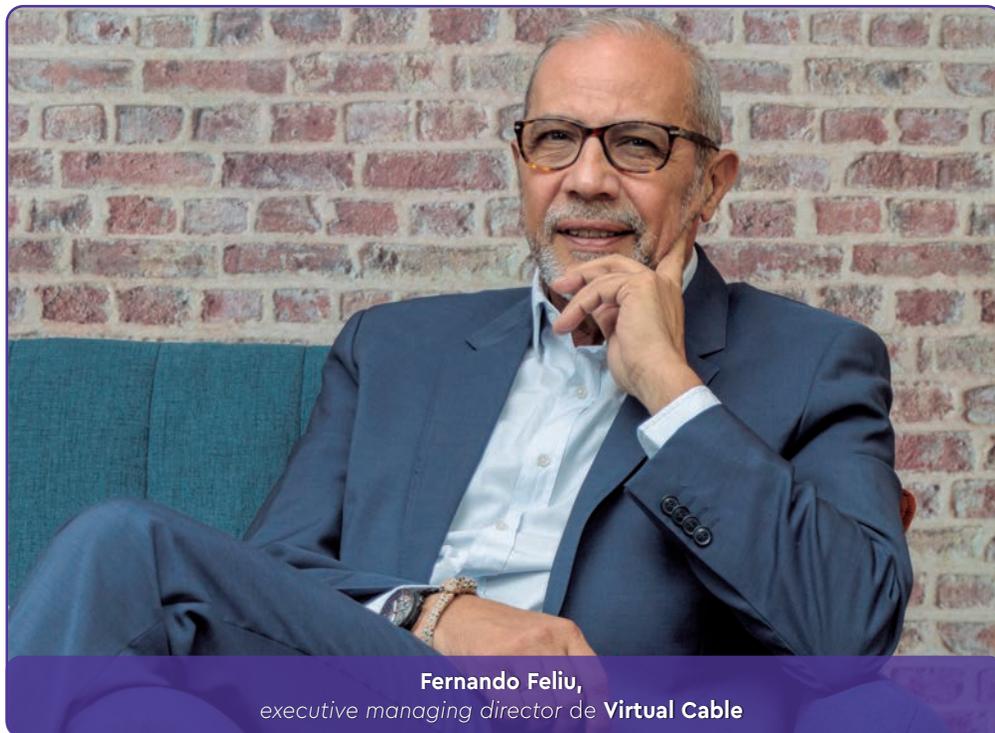


Reduce los  
costes

[sophos.com/msp](https://sophos.com/msp)

El modelo Daas (*desktop* como servicio) sigue asentándose en su estrategia

## "Los MSP tienen un peso importante en el crecimiento de Virtual Cable"



Fernando Feliu,  
executive managing director de Virtual Cable

En los últimos años, dentro del mercado tecnológico, han cobrado especial importancia la figura de los MSP; empresas capaces de desplegar en empresas y organismos públicos una oferta de servicios TIC. Unas compañías que se han convertido en *partners* relevantes para los fabricantes tecnológicos. Es el caso de Virtual Cable. Fernando Feliu, *executive managing director*, reconoce que son una pieza esencial en su estrategia de crecimiento y en el despliegue de sus modelos de *digital workplace* como servicio (DaaS).

Marilés de Pedro

**R**ico panorama MSP  
En España se pinta un escenario en el que conviven todo tipo de proveedores de servicio. Junto a compañías que se han transformado y que, además de seguir desarrollando un negocio con una fórmula más tradicional, han incorporado una unidad capaz de desplegar esta oferta; existen empresas que ya nacen en el mercado con este perfil. "El número de MSP ha cre-

cido muchísimo en los últimos años. No conocemos a todos los que hay en el mercado. Incluso, hay muchos que, aunque son capaces de proporcionar esos servicios, aún no cuentan con la visibilidad de la que disfrutaban otras compañías, con más tradición en este apartado".

Feliu señala el crecimiento del *cloud* como un factor clave. "Hay muchísimas compañías, *cloud native*, que están utilizando las infraestructuras en el entorno de la nube para prestar estos servicios".

La heterogeneidad del mercado es extensa ya que, junto a los grandes nombres, muchos de ellos socios de Virtual Cable, como es el caso de OVHcloud o Huawei Cloud, es posible consumir los modelos híbridos de compañías como HPE, con HPE GreenLake; o Lenovo, con TruScale; o las fórmulas que despliegan los mayoristas para fomentar los modelos de pago por uso. "Hay una enorme diversidad de la oferta y la elección de los clientes depende de su modelo de desarrollo de negocio".

"Debemos garantizar a los clientes una completa libertad de elección de lo que necesita en cada momento"

Se trata de un mercado que está apuntado al crecimiento. Según Mordor Intelligence el mercado de los servicios gestionados movió el pasado año a nivel mundial más de 260.390 millones de dólares. Un enorme volumen de negocio que se espera que crezca hasta los 380.830 millones en 2028, lo que supone una previsión de crecimiento del 7,90 %. Fernando Feliu apunta que las necesidades tecnológicas que tienen las pequeñas y medianas empresas son uno de los factores que explica esta proyección. "Hay que tener en cuenta que España es un país de pymes", reflexiona. Se trata de empresas que no cuentan con recursos propios para gestionar sus sistemas tecnológicos, lo que las convierte

en usuarias perfectas de estos modelos. "Mantener sus propias infraestructuras tiene un enorme coste; lo que exige, además, tenerlas actualizadas, junto a las aplicaciones". Este tipo de empresas debe delegar sus sistemas tecnológicos "y centrarse en el negocio: zapatero a tus zapatos".

### Peso importante de los MSP

Los MSP desempeñan un papel importante en el crecimiento del negocio de Virtual Cable. El modelo de DaaS (*desktop as a service*) es una vía de desarrollo perfecta para estas empresas. Un modelo que exhibe una capacidad *multitenant*, lo que permite, con una sola instancia de software, dar servicios a muchas empresas, sin necesidad de adquirir un licenciamiento en función del número de usuarios. Una funcionalidad que no es óbice para que el MSP pueda optar también por un modelo de suscripción, válido para diferentes verticales, en el caso de aquellas corporaciones que cuentan con un gran número de usuarios. "Les ofrecemos una gran flexibilidad", asegura. Un ecosistema de *partners* a los que Feliu "solo" exige conocimiento. "En nuestro objetivo de democratizar la virtualización, que incluye la prestación de servicios, es esencial ofrecerlos de forma coherente y consistente. Y para ello no hay más camino que la formación y el conocimiento". Se trata de unos modelos de servicios que deben permitir al usuario, de manera completamente transparente, desarrollar su trabajo dónde y cómo quiera. El dato es lo más importante. "Se trata de un modelo en el que está protegido, con una gestión única, lo que conlleva menores costes para los usuarios finales que se benefician de su funcionalidad *multitenant*. Y, además, es más sostenible".

Feliu distingue entre diferentes "concepciones" del DaaS: una, la que se refiere únicamente al dispositivo (*device as a service*), es diferente de la que apela al desarrollo del *digital workplace as a service*.

La primera está basada en una fórmula de *renting*: se paga una cuota por el uso del dispositivo durante un tiempo determinado. Sin embargo, explica que "las fórmulas DaaS vinculadas con el puesto de trabajo van un paso más allá y suponen disfrutar de un entorno de trabajo, independientemente del dispositivo, que permita a los usuarios trabajar de idéntica manera a la que tiene en la oficina, con un acceso remoto



"Hay muchas compañías, *cloud native*, que están utilizando las infraestructuras en el entorno de la nube para prestar servicios"

a los aplicativos y a los datos desde cualquier parte del mundo", explica. Un modelo en el que la seguridad se sitúa como una de las grandes ventajas. "Si se pierde un dispositivo, no hay riesgo para la información corporativa". También hay una mayor consistencia: los datos están ubicados en el mismo sitio, de los que se hace un *backup* de forma regular, lo que permite que las empresas disfruten de una alta disponibilidad. "Se ha demostrado que este modelo es más económico, más seguro, más flexible y más sostenible".

### Objetivos

De cara al último tramo del año, el objetivo de Virtual Cable es seguir creciendo en su volumen de negocio y también en el número de *partners* certificados. "Es esencial que demuestren su conocimiento en el despliegue de instalaciones con sistemas DaaS o con modelos de suscripción".

También es importante el fortalecimiento de un ecosistema de alianzas en el que aparecen compañías como Huawei Cloud, OVHcloud o Nutanix. "Debemos garantizar a los clientes una completa libertad de elección de lo que necesita en cada momento", explica. Frente a otras opciones, como es el caso de Citrix o VMware, Feliu recuerda que no ejercen de "vendor locking". "Nuestros modelos aseguran a los clientes, con completa transparencia, moverse de un sitio a otro".

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/actualidad/estrategia-msp-virtual-cable-20240726111337.htm>



# "Nuestro modelo MSP es confianza ciega en el *partner*"

Con unas previsiones de crecimiento de doble dígito, el mercado de la ciberseguridad está en auge. En este incremento mucho tiene que ver la ciberseguridad como servicio, un modelo de negocio que representa una gran oportunidad para los proveedores de servicios gestionados (MSP), que son vitales para garantizar la protección de las infraestructuras de las empresas y que son clave para Sophos. La firma dispone de un programa, Sophos MSP Connect, con el que facilita la diferenciación de estas figuras a través del valor.

➔ Bárbara Madariaga

**E**l mercado de seguridad continuará creciendo a doble dígito en los próximos años. Así lo aseguran los últimos datos de IDC que prevén que los ingresos a nivel global alcancen los 200.000 millones de dólares en 2028.

Si nos centramos en el mercado español, Fernando Casares, responsable de distribución y MSP en Sophos Iberia, explica que, "aunque España es un país atípico", estos datos se pueden trasladar a nivel local. "España no va tarde, sino más despacio. Se puede decir que vamos más lentos, pero más seguros".

### Influencia de la inteligencia artificial

En un momento en el que las amenazas crecen y los cibercriminales se afanan por utilizar nuevas técnicas, "la mayoría de ellas apoyadas en la IA", la ciberseguridad cobra aún más importancia. "Lo que nos hemos dado cuenta los fabricantes de seguridad es que sólo el producto no es suficiente". Una empresa "puede tener la mejor tecnología del mundo", pero, "sin alguien que esté observando qué es lo que está pasando en la red" se va a producir el ataque. En estos momentos "los servicios" son esenciales para garantizar una infraestructura lo más protegida posible.



**Fernando Casares,**  
responsable de distribución y MSP en Sophos Iberia

### Oportunidad para los MSP

Esta realidad representa una oportunidad enorme para los proveedores de servicios (MSP). La tecnología y las ciberamenazas "avanzan muy rápido", afirma Fernando Casares. "Es

el servicio pueda ser impartido mes a mes", un factor esencial para compañías más pequeñas, que tienen los recursos limitados.

No obstante, Fernando Casares recuerda que "entender un negocio MSP como una financia-

ción es un error". El negocio de Sophos es 100 % a través de canal y, "precisamente, una de las batallas que mantenemos con nuestros *partners* es hacerles entender que

tienen que aportar un valor al cliente final. Ésta es la diferencia entre un MSP que va a conseguir el éxito y otro que no".

"Sophos es una empresa 100 % canal y nuestro trabajo es que el *partner* se sienta cómodo"

necesario que se gestionen". Es aquí donde los proveedores de servicios van a jugar un papel clave. Estas figuras "van a democratizar que

En el mercado "existen muchos productos y fabricantes", continúa Fernando Casares. "Por ejemplo, en Sophos disponemos de nuestro propio servicio de gestión de MDR" (una categoría de servicios de seguridad en rápido crecimiento que proporciona a las organizaciones servicios de supervisión continua de seguridad, detección proactiva de amenazas y respuesta inmediata) "para nuestras u otras soluciones. Pero es el *partner* el que está cerca del cliente, el que le va a escuchar, el que conoce dónde tiene carencias y dónde está perfectamente preparado para ese salto tecnológico que necesita".

### Ventajas para los MSP

Eficiencia de costes, escalabilidad y flexibilidad o mejora de detección y respuesta a amenazas son sólo algunos de los beneficios de los servicios gestionados de seguridad para los MSP. Además de estos, "para nuestros *partners* MSP la mayor ventaja es contar con todas nuestras soluciones adaptadas a ellos".

En este sentido, Fernando Casares reconoce que un proveedor de servicios "necesita centrarse en su negocio, crecer y captar nuevos clientes. Los servicios que van asociados a cualquier agente de ciberseguridad tienen que estar muy preparados y al día".

Asimismo, los MSP se enfrentan a otro de los grandes retos de las empresas: captar y retener talento. Esto "es un proceso muy complicado, más en el mundo de la tecnología". Sophos "tiene el talento, el producto y la experiencia que da conocer la solución mejor que nadie. Lo que hacemos es poner todo esto a su disposición para ayudarle a crecer en ese modelo de servicio".

### Sophos MSP Connect

Sophos dispone de un programa integral que busca que los proveedores de servicios gestionados puedan tomar esa ventaja tan necesaria en el mundo actual. Denominado Sophos MSP Connect, con esta iniciativa la firma facilita la diferenciación de los proveedores de servicio a través del valor.

Con este programa "nos preocupamos de sus ingresos". ¿De qué manera? "Nuestra forma de trabajar es inversión cero". Es decir, "nuestro modelo MSP es confianza ciega en el *partner*. Les ofrecemos todas las licencias que deseen, no tienen que



## “Los MSP necesitan centrarse en su negocio, crecer y captar nuevos clientes”

ponerse en contacto ni con nuestros mayoristas (una parte fundamental de nuestro negocio), ni que pasar pedidos", explica Fernando Casares. "Lo único que tienen que hacer es conocer nuestro producto y decidir cuáles de nuestras soluciones encajan en sus clientes":

Así las cosas, todos los MSP que formen parte de este programa podrán ofrecer a sus clientes soluciones integrales de hardware, software y algunos servicios por facturación mensual basada en el consumo, sin cantidades mínimas, con una gestión unificada dentro de Sophos Central, un despliegue de licencias *on-demand*, con un nivel de precios "flexibles y competitivos" y con la integración de los servicios de seguridad.

Los proveedores de servicio valoran, sobre todo, "nuestro servicio MDR que une el pro-

ducto con todas las funcionalidades de detección de amenazas", una tarea "nada sencilla para el *partner*", que, no obstante, puede ser ofrecida por ellos mismos si lo desean "a través de nuestra herramienta".

### Impulso al negocio MSP

Para ayudar a los MSP a diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo, Sophos incide en la parte formativa. "Todos nuestros cursos son gratuitos". Además, también desarrolla "acciones de co-marketing con ellos o realizamos *webinars* específicos por mercados verticales con sus clientes. Sophos se pone a su disposición para ayudarles en todo lo que necesiten".

Fernando Casares finaliza recordando que "Sophos es una empresa 100 % canal y nuestro trabajo es que el *partner* se sienta cómodo, tanto con nuestras soluciones como con nuestro servicio y trato personal, para que así pueda ofrecérselo a sus clientes. Nuestra misión es facilitar, desde el mayorista al *partner*, todas nuestras herramientas, que son muchas, y ponérselas a su disposición para que ofrezcan nuestra solución".

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/actualidad/estrategia-msp-sophos-20240726111351.htm>



La cercanía y la rapidez son los pilares de su relación con los *partners*

## Flexxible concentra su esfuerzo en ampliar la red especialista de MSP en FXXOne



Manuel de Dios,  
responsable de FXXOne de Flexxible

Flexxible con el lanzamiento de FXXOne, su solución SaaS para la monitorización y el control de dispositivos físicos y virtuales para las pymes, está ampliando su canal y configurando una nueva red de proveedores de servicios gestionados para dar respuesta a todas las necesidades de este tipo de empresas. El lanzamiento del programa FXXConfidence y la labor de su canal mayorista le ayudará a constituir esta red, según avanza Manuel de Dios, responsable de FXXOne de Flexxible.

 Rosa Martín

La red de *partners* juega un papel clave para Flexxible y las figuras que tienen el perfil de proveedores de servicios gestionados o MPS, por sus siglas en inglés, se han convertido en el motor que mueve a la compañía a la mejora continua de su solución. El responsable de FXXOne de Flexxible destaca que la vocación de la compañía "es crear una herramienta que les faculte para la creación de servicios en todos los ámbitos",

pero muchas veces el propio *partner* marca la evolución de la herramienta en función de sus necesidades. "Nos hace crecer en cuanto a utilidades y nos diseña muchas veces la evolución del propio producto en base a la demanda que tiene de esa propia generación de servicios", añade.

Esta interacción es uno de los factores que están impulsando el desarrollo de la red de *partners* MPS de Flexxible. La compañía partía con un número más limitado de proveedores de

servicios gestionados centrados en su solución para el entorno *enterprise*, pero en el último año esta red ha crecido y sobre todo tras la aparición de su producto para las pymes.

En este sentido, el responsable recalca que para la compañía, a pesar de que otros actores del mercado no los identifican así, los *partners* enfocados a la pyme también encajan en el perfil de MSP porque prestan servicios gestionados a la medida de este tipo de empresas. Por tanto, desde que lanzó su solución específica para pequeñas y medianas empresas está registrando un crecimiento de este canal.

### Estrategia y programa de canal

La estrategia de Flexxible para impulsar el negocio de su red de MPS pasa por estar al servicio de sus socios para proporcionarles la mejor herramienta. "Nuestra estrategia pasa por trabajar con ellos", reitera de Dios. Este trabajo y colaboración han hecho que las soluciones de Flexxible se hayan gestado en nuestro país de la mano de su red de *partners*. Por ejemplo, las últimas 30 características nuevas de sus soluciones han surgido de esta colaboración. "Facultamos a nuestros equipos técnicos para que trabajen directamente con sus equipos de explotación", insiste.

Este trabajo conjunto es uno de los pilares en los que cimenta la relación con su canal, a la que ha añadido un nuevo elemento: el programa FXXConfidence. Este plan le sirve para articular todas las ventajas que ofrece a sus socios y dar una respuesta a todos los que se incorporan a su canal gracias a la nueva solución FXXOne. El programa permite a sus socios obtener toda la información del producto a través de documentación de todo tipo, tanto física como en vídeo, y el soporte que necesitan para resolver cualquier incidencia. El propósito de Flexxible con FXXConfidence es que sus MPS tengan "muy fácil el autoservicio, la autoformación, la autocertificación y que sea muy

**Seguridad**

Los *partners* enfocados al mercado de la seguridad también encuentran en Flexible un aliado porque su solución de gestión del puesto de trabajo recoge mucha información que permite descubrir el estado del dispositivo desde el punto de vista de la seguridad sobre todo en lo relacionado con las actualizaciones, funcionamiento de los antivirus, parches, etc. "Los departamentos de seguridad tienen el 85 % de los datos necesarios para ver el comportamiento de un dispositivo", señala de Dios. Esta característica ha hecho que el mercado les identifique como una herramienta de seguridad, una capacidad que ha

reforzado a través de las alianzas con especialistas en este terreno como la alcanzada con Lazarus. Además, según apunta el responsable, la seguridad forma parte por diseño del producto.

Por tanto, su herramienta, que recientemente ha sido enriquecida con indicadores que ayudan a las lecturas de seguridad, proporciona varias funciones que la convierten en una opción muy rentable. "Con una sola herramienta estoy recogiendo cuatro o cinco vectores diferentes. Esto nos convierte en una inversión muy rentable porque no valemos para una sola cosa y cada uno nos consume según nos necesita".



La compañía sin su canal mayorista no podría avanzar para cumplir sus objetivos de crecimiento. En este sentido, el responsable recalca que sus mayoristas le brindan la "posibilidad de escalar y cumplir los planes que tenemos respecto al crecimiento en los próximos años, no solo a nivel de España, sino a nivel mundial".

**Objetivos**

La compañía quiere seguir sumando nuevos proveedores de servicios gestionados a su red de socios dentro del apartado de FXXOne. Su intención es cerrar el año con un número entre 50 y 60 *partners* estables para este producto porque para el resto de soluciones cuenta con numerosos socios. Según indica el directivo, la acogida de la solución está siendo muy buena, pero además Flexible ofrece a estos *partners* toda la fortaleza de su propuesta que es diferencial respecto a otros competidores. "Flexible ofrece una gran especialización en el control de la plataforma y los dispositivos", argumenta. Esta especialización es uno de sus rasgos diferenciales junto con la cercanía y proximidad que le permiten atender todas las peticiones para introducir en el producto las funcionalidades que le demandan los *partners* y estar siempre atento a las necesidades del mercado. "Esa proximidad y celeridad es una gran ventaja para ellos", destaca. Una rapidez que es posible por contar con el departamento de desarrollo en España, lo que permite el contacto en el propio idioma y facilita la conexión cultural. "El éxito de Flexible va a pasar por que los profesionales entiendan que es una herramienta útil", concluye el directivo. 

fácil poder solucionar sus problemas de soporte", destaca el responsable.

Otra de las ventajas que Flexible proporciona a sus socios, adicionalmente a todos los recursos del programa, es el apoyo para la creación de microservicios, un aspecto que enriquece la solución.

Manuel de Dios señala que esta automatización de procesos que se convierte en microservicios es una opción que facilita al canal, aunque en muchos casos son los propios *partners*, que conocen los casos particulares, los que los generan y pueden reservarlos para su uso privado o compartirlos con otros *partners* a través de la biblioteca de microservicios de la compañía. "Los microservicios para los *partners* son herramientas fundamentales para rentabilizar las cuentas de clientes", resalta el directivo.

**Papel del canal mayorista**

Para desarrollar su nuevo programa y atender a todos los socios, Flexible cuenta con la ayuda de sus mayoristas: Ingram Micro y V-Valley. Ambos cumplen una función clave para estar cerca de los MSP y

cubrir al fabricante en todos los ámbitos a los que no puede llegar. "Ingram Micro y V-Valley están muy cerca de ellos", explica de Dios.

**"Nuestra estrategia pasa por trabajar con los MSP"**

Flexible les ha proporcionado todas las herramientas necesarias para que puedan atender todas las demandas de los MSP sin tener que depender de su intervención, aunque mantiene una comunicación constante con ellos para estar al día de todas las necesidades de su canal y responder ante situaciones concretas.

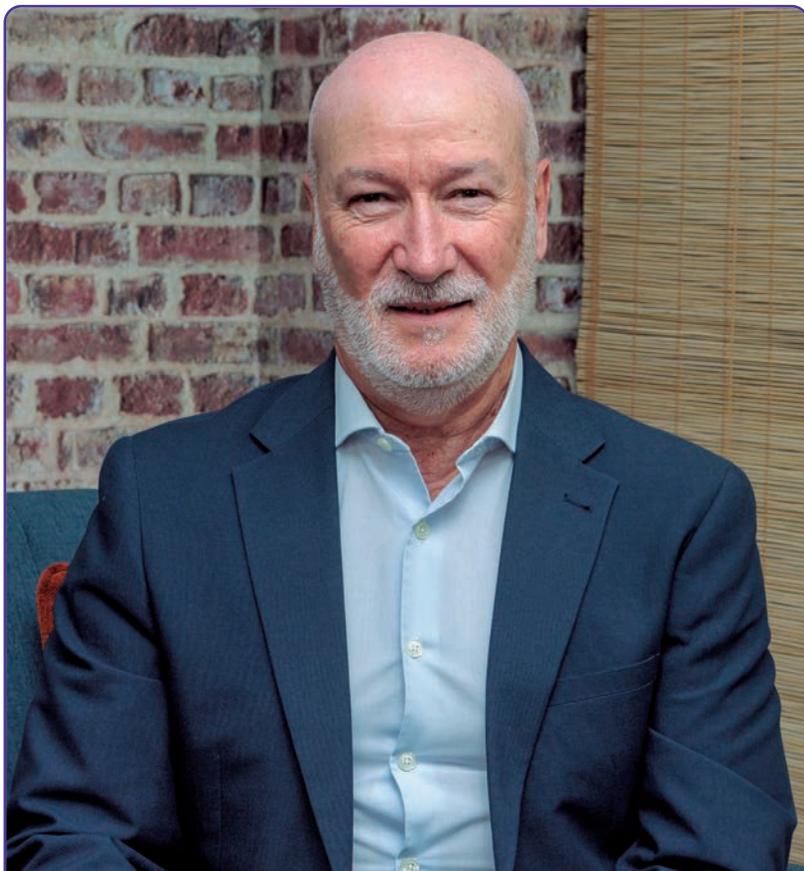
Acceda al vídeo desde el siguiente código QR 

<https://newsbook.es/actualidad/videos/flexible-concentra-su-esfuerzo-en-ampliar-la-red-de-mps-especialista-en-fxxone-20240729111421.htm>



El negocio generado por los MSP creció un 99 % en la primera mitad de este año

“No es posible dar **valor al cliente** a través del precio; solo es posible hacerlo con el servicio”



**Antonio Morcillo,**  
director de canal de **Kaspersky** en España y Portugal

Más de cuatro años lleva funcionando el programa de Kaspersky específico para el desarrollo de los *partners* interesados en el despliegue de servicios gestionados. Un perfil de socios, claves en una estrategia que está basada, como recuerda José Antonio Morcillo, director de canal de la marca en España y Portugal, en conceder el máximo valor a los clientes. Y eso pasa, inexorablemente, por dotar a sus socios de capacidades para desplegar servicios. Un modelo que el pasado año creció un 20 % en el negocio ibérico. En la primera parte de este ejercicio el crecimiento es del 99 %, con los servicios en torno a la inteligencia como foco esencial. “Vamos a seguir trabajando para que nuestros *partners* sigan mejorando y sigan siendo capaces de aportar mayor valor”.

 Marilés de Pedro

**J**unto al programa para desplegar este modelo, Kaspersky cuenta, a nivel corporativo, con una división específica para su desarrollo. Desde el principio, recuerda Morcillo, el objetivo principal ha sido concienciar a los *partners* de las ventajas que aporta este modelo. “No es posible dar valor al cliente a través del precio; solo es posible hacerlo con el servicio”. Un cliente que lo que busca es que le den respuesta a sus necesidades de ciberseguridad. “Y para lograrlo, la clave no son nuestras soluciones sino los servicios basados en ellas que ofrecen los *partners*”, puntualiza. Un modelo al que le queda mucho recorrido. “En el mercado ibérico todavía hay muchos *partners*

que no perciben ese valor y que siguen apostando por los descuentos como principal atractivo para la venta”, reconoce. Un modelo basado en el precio que, a la larga, provoca una degra-

dación de los márgenes. “Para que un cliente disfrute de todas las prestaciones es esencial el concurso de un *partner* experto que le asesore de manera adecuada”.

“En el mercado ibérico todavía hay muchos *partners* que no perciben el valor del servicio y que siguen apostando por los descuentos como principal atractivo para la venta”

## Programa de canal

En el programa de canal de Kaspersky conviven diferentes figuras y modelos de negocio. En el área de la "venta" (*sell*) se ubican *resellers*, integradores de sistemas y VAR, repartidos en cuatro escalones (Registered, Silver, Gold y Platimun) mientras que el modelo "build" está identificado

con ISV, OEM y CSP. Para Morcillo las áreas de mayor valor son los modelos de "deploy" y de "manage"; segmentos en los que la compañía concede mejores márgenes.

En el área "deploy" el *partner* aplica a la venta de la licencia unos servicios, ubicándose en alguna de las siete especializaciones: EXD, Threat Intelligence, Industria, Network Security, Security Education, Cloud Security y Antidrone. "Los *partners* van a poder hacer una preventa de calidad que incluye pruebas de concepto (POC) y que concluye con el posterior despliegue", explica. Kaspersky exige unas certificaciones al *partner* que, además, debe pasar un proceso de evaluación del equipo de preventa de la marca. "Va a actuar en representación de Kaspersky, por lo que hay que estar seguro de sus capacidades", recuerda.

## Diferentes perfiles MSP

Kaspersky distingue diferentes niveles de *partners* de servicios gestionados en función de su conocimiento: MSP, que despliega servicios básicos; MSP Advanced,

"No se trata de conceder márgenes de manera masiva sino de beneficiar a aquellos *partners* que demuestren un mayor compromiso con Kaspersky"

capaces de generar un gran volumen de negocio en torno a estos servicios elementales; y MSSP, con capacidades para desplegar servi-



cios avanzados. Morcillo alerta de la diferencia entre estos perfiles de *partners* y aquellas compañías que apuestan por la reventa de licencias

con un formato mensual de pago, bajo un modelo de suscripción. En relación a las tres figuras de proveedores de servicio gestionado, el perfil más básico se identifica con compañías pequeñas, con una cartera fija de clientes también pequeños, a los que suministra un servicio básico: una auditoría de inventario, despliegues, una gestión básica de vulnerabilidades, etc.

Por su parte, los MSP Advanced, con un tamaño mayor, despliegan un modelo parecido, pero se diferencian en el volumen y la dimensión de su ecosistema de clientes. Por último, los MSSP cuentan con una mayor capacidad y son capaces de desplegar servicios más complejos sobre soluciones de mayor valor. Entre la lista de especializaciones, Morcillo destaca que es la de Threat Intelligence la que cuenta con una mayor popularidad entre este tipo de *partners*.

Cada uno de estos niveles cuenta con diferentes *rebates* en función de los servicios desplegados. "No se trata de conceder márgenes de manera masiva sino de beneficiar a aquellos *partners* que demuestren un mayor compromiso con Kaspersky". Morcillo asegura que el objetivo no es contar con un número masivo de *partners*. "Queremos disfrutar de una estructura muy bien organizada, que cubra de manera adecuada todas nuestras zonas de actuación".

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/actualidad/estrategia-msp-kaspersky-20240726111345.htm>



## El valor del mayorista

En la prestación de servicios, los mayoristas juegan un papel fundamental. En España Kaspersky cuenta con V-Valley, Lidera y Satinfo (a los que se suman ALSO e Ingram Micro Cloud, que solo desarrollan su negocio en el área *cloud*). En Portugal los mayoristas son ALSO y V-Valley. "Son nuestra extensión frente a los *partners* y los que nos ayudan en la provisión de licencias; gestionando el día a día", relata. También es clave su labor en la captación de nuevos

*partners* para el desarrollo del modelo de seguridad gestionada. Un plantel mayorista que ha vivido alguna novedad como la reciente unión de V-Valley y Lidera. Morcillo asegura que esta operación ha permitido elevar sus capacidades. "Ahora son muy superiores y estamos desplegando proyectos muy interesantes". También valora muy positivamente la labor de Satinfo, otro mayorista muy centrado en los servicios gestionados.

## Servicios gestionados en la pyme: el reto de la información

En el entorno de las grandes empresas la contratación de servicios gestionados es un estándar. El nivel de especialización exigido por áreas para un gobierno adecuado de las plataformas tecnológicas de producción requiere el concurso de expertos de los que no se dispone dentro de las organizaciones o la necesidad de estructuras y equipos que, en caso de tenerlas internamente, son menos eficientes y con un coste superior al supuesto en contratación externa.



Áreas como la seguridad, los sistemas, las aplicaciones o los servicios de los centros de atención al usuario se externalizan de forma habitual. Son los *Managed Service Providers* (MSP) las empresas encargadas de proveer dichas opciones.

Cuando consideramos esta misma situación en los entornos de las pequeñas y medianas compañías el escenario cambia sustancialmente. Si bien es cierto que las necesidades son las mismas, el nivel de madurez tecnológica es variopinto; las políticas de uso, contratación, adquisición, mantenimiento y actualización varían y muchas veces están definidas por la dinámica diaria sin establecer de forma explícita.

Centrándonos específicamente en el puesto de trabajo, nos encontramos con los mismos retos que afrontan las grandes empresas. Mantener productivo al empleado y que sus herramientas TI funcionen de forma adecuada.

Desde nuestra experiencia en Flexible, cuando los MSP se enfrentan a este escenario, el mayor reto que afrontan es saber el alcance del servicio. Es decir, sobre qué plataforma tienen que dar un servicio global. Sí, global, ya que otra de las características de este mercado es que no se suele contratar por áreas específicas. Las pymes por tamaño confían en un solo MSP para la cobertura total de su TI.



Saber el número de dispositivos, su estado, antigüedad, las aplicaciones instaladas, el uso, la ubicación, los usuarios o el funcionamiento son en sí un reto ya que la empresa cliente en la mayoría de situaciones lo desconoce.

La ausencia de esta información en sí misma supone un problema para la definición del servicio. Pero mucho más relevante es que supone un riesgo para la propia continuidad de negocio y una merma permanente de la productividad de la propia empresa.

Es evidente que se recopila y se dimensiona para poder dar cobertura y servicio. Pero el verdadero reto viene cuando queremos mantener de forma actualizada esa información.

### Valor de la información

Actualmente los MSP de la pyme el principal valor que están ofreciendo es la información. Qué, cómo y dónde está el conjunto de puestos de trabajo, datos y aplicaciones. Facilitar información de ob-

solescencia del parque, que faculta prever las inversiones de sustitución y definir el mejor momento para abordarlas. Definir el conjunto global de herramientas y aplicaciones que se necesitan, por uso de las mismas o desuso.

Mantener un estándar de seguridad en toda la plataforma, con unos mínimos garantizados que permitan evitar las paradas no planificadas.

Control de la incorporación y cese de personal. Desde el punto de vista de recursos humanos y contratación está claro, pero esto no siempre apareja el uso del dispositivo y aplicaciones, credenciales y passwords. Prevención de contingencias como robos o pérdidas. Control del dato, ubicación y salvaguarda.

Información de la actividad de la plataforma, permitiéndonos ver en tiempo real el funcionamiento por demanda de la producción tanto en dispositivos como en aplicaciones. Es decir que la provisión de unos cuadros de indicadores sencillos de forma periódica al equipo de dirección general de sus clientes con diferentes vectores de información, rendimiento, seguridad, actividad y recursos suponen en sí mismo un servicio, sin realizar ni una sola actividad correctiva o de configuración, siendo los MSP los únicos actores que pueden proveer de forma continua dichos datos. 

**Manuel de Dios**  
responsable de FXXOne de Flexible

EL VDI  
QUE NOS  
CONECTA DE  
**MANERA**  
INTELIGENTE

AUTOMATIZACIÓN  
BASADA EN  
**IA**

**SISTEMAS**  
INTELIGENTES  
QUE MEJORAN  
LA EFICIENCIA

## UDS ENTERPRISE, la mejor elección para tu Digital Workplace **24x7**

**ACCESO SEGURO** al puesto de trabajo, desde cualquier lugar y dispositivo

VIRTUALIZACIÓN DE ESCRITORIOS WINDOWS Y LINUX

APLICACIONES VIRTUALIZADAS WINDOWS Y LINUX

ACCESO REMOTO A DISPOSITIVOS WINDOWS, LINUX Y MACOS

**MÁXIMA SEGURIDAD,  
FLEXIBILIDAD Y  
SOSTENIBILIDAD**

La solución de Digital Workplace más  
**PREMIADA** en **CIBERSEGURIDAD**

**MIGRACIÓN RÁPIDA Y SENCILLA DESDE VMWARE HORIZON  
O CITRIX VIRTUAL APPS & DESKTOPS / CITRIX DAAS**

Simplifica la  
configuración,  
el despliegue y  
la gestión de tus  
servicios de  
escritorio  
remoto

Base Open  
Source  
Compatible con  
cualquier  
tecnología

Consolida tus  
infraestructuras  
existentes

**UDS ENTERPRISE, LA ÚNICA SOLUCIÓN VDI  
TODO EN UNO CON TODO INCLUIDO**

Alta  
disponibilidad

On premise

Nube  
pública

Nube  
privada

Nube  
híbrida

Multicloud

Compatible con: AWS, Huawei Cloud,  
Microsoft Azure, OpenStack,  
OVHcloud, VMware Cloud Director...

- Combina todos los entornos que necesites •
- Configura desbordamientos inteligentes y automáticos entre múltiples plataformas •



# MSP, una línea de defensa efectiva para las empresas

La digitalización ha traído consigo innumerables beneficios, pero también ha incrementado la superficie de ataque para los ciberdelincuentes. Desde el *ransomware* hasta sofisticadas campañas de *phishing*, la necesidad de una defensa robusta y proactiva nunca ha sido mayor. En este contexto, los Proveedores de Servicios Gestionados (MSP/MSSP) emergen como actores cruciales para asegurar la integridad, disponibilidad y confidencialidad de los activos digitales empresariales.

# A

medida que las amenazas cibernéticas se vuelven más frecuentes y sofisticadas, las empresas deben evaluar sus estrategias de seguridad. Los recursos internos pueden no ser suficientes, especialmente cuando una empresa carece de la experiencia necesaria para gestionar incidentes de seguridad complejos. Aquí es donde los MSP/MSSP juegan un papel esencial, proporcionando una solución eficiente y rentable para gestionar la ciberseguridad. A pesar de que puedan existir algunas reticencias, la realidad es que externalizar la gestión de seguridad es más económico y eficaz, permitiendo a las empresas centrarse en su núcleo de negocio mientras expertos en ciberseguridad garantizan sus defensas. En este sentido, las pymes son particularmente vulnerables debido a sus recursos limitados para invertir en ciberseguridad. Los MSP/MSSP ofrecen servicios expertos a costes asumibles, proporcionando acceso a tecnología avanzada y conocimientos especializados que de otra manera serían inaccesibles. Estas empresas pueden beneficiarse de herramientas de detección y respuesta, análisis de amenazas y soluciones de gestión de vulnerabilidades. Además, los MSP/MSSP cuentan con equipos de expertos en ciberseguridad que se mantienen actualizados sobre las últimas amenazas y técnicas de defensa. Uno de los mayores be-



neficios de trabajar con MSP/MSSP es el monitoreo continuo y la capacidad de respuesta inmediata a incidentes de seguridad. Los ataques pueden ocurrir en cualquier momento, y tener protocolos establecidos para mitigar daños, minimiza el tiempo de inactividad y las posibles pérdidas. Esta capacidad es crucial para mantener la continuidad operativa y la confianza de los clientes. Por otro lado, la adopción de tecnologías avanzadas como la IA por parte de los MSP/MSSP está redefiniendo los estándares de protección cibernética. La IA permite una detección y respuesta más rápida y precisa frente a amenazas, analizando grandes volúmenes de datos en tiempo real e identificando patrones y comportamientos anómalos que podrían indicar un ataque inminente. Esta capacidad de análisis avanzado no solo mejora la eficiencia en la detección de amenazas, sino que también reduce los falsos positivos, permitiendo a

los equipos de seguridad centrarse en los incidentes más críticos.

El papel de los MSP/MSSP en la ciberseguridad está destinado a crecer con la proliferación del Internet de las Cosas (IoT), el aumento del trabajo remoto y la digitalización continua de los procesos empresariales. Las amenazas cibernéticas seguirán evolucionando y los MSP/MSSP estarán en la primera línea, desarrollando nuevas estrategias y tecnologías para proteger a las empresas.

Además, hay que tener en cuenta que los MSP/MSSP no solo son proveedores de servicios, sino *partners* estratégicos en la lucha contra el cibercrimen. Su papel es fundamental para garantizar que las empresas, sin importar su tamaño, puedan operar con confianza en el mundo digital. Al invertir en una colaboración sólida con estos servicios, las empresas están dando un paso decisivo hacia una ciberseguridad más robusta y efectiva. En resumen, externalizar la gestión de la seguridad informática a través de MSP y MSSP no solo es una solución práctica y rentable, sino una necesidad estratégica en el mundo digital actual. Las empresas deben reconocer los beneficios tangibles de estos servicios y adoptar una mentalidad proactiva para protegerse contra las amenazas cibernéticas en constante evolución. 

**José Antonio Morcillo**  
director de canal de Kaspersky  
en España y Portugal