

Retos y oportunidades para el canal en su tránsito por los entornos híbridos



Alrededor de 200 profesionales estuvieron presentes en la segunda edición del Cloud Summit que V-Valley celebró en Aranjuez los días 3 y 4 de octubre. Dos jornadas que contaron con una ponencia, a cargo de Microsoft, sobre la aplicación de la inteligencia artificial y la celebración de cinco mesas redondas en torno a la transformación del puesto de trabajo, los entornos híbridos, las aplicaciones de negocio y la gestión y protección del dato. Acronis, Adobe, Anydesk, Canonical, Check Point Software, Dell Technology, Destinux, Entrust, Factorial, Flexible, Foxit, Hitachi Vantara, HPE, Hornetsecurity, Juniper, Kaspersky, Lenovo, Microsoft, OASIX by Grupo Aire, Red Hat, Reevo, Scality, Veritas, Vertiv, Virtual Cable y Wasabi fueron los fabricantes presentes en el evento.

Marilés de Pedro

V-Valley sigue ganando peso en el mercado del valor. En un mercado, complejo, que decrece en España (según la consultora Context el apartado de valor descendió un 4,6 % entre enero y agosto), los números del mayorista siguen siendo positivos, con un crecimiento en su negocio de 17 % durante el segundo trimestre de este año. "La clave es el equipo", desveló Hugo Fernández, consejero delegado del mayorista. En España el mayorista ya disfruta de una cuota de mercado del 25 %. De cara al último tramo del año, Fernández cree que a pesar de la ralentización que ha sufrido el área pública en el primer tramo, "habrá una recuperación".

La IA, pilar en Microsoft

El evento contó con la intervención de David Hurtado, jefe de innovación de Microsoft, que se encargó de desgranar los pilares en los que se basa el desarrollo de la inteligencia artificial generativa en la estrategia de la compañía. "Hay que usarla. No hay que in-



quietarse", invitó. "La experiencia de usuario del futuro es la IA". Hurtado reconoció que no es perfecta pero que es el futuro. "Todo se convertirá en una conversación: el usuario hablará de forma natural y el sistema le contestará de una u otra manera".

Su aplicación abarca tres ámbitos: el producto (Copilot), la plataforma y los dispositivos (PC IA). En el primer terreno, recordó que se trata de un orquestador que ayuda y que trabaja para el usuario. "Es más que una productivi-

dad básica ya que maneja el software, alivia tareas, etc.". Tras una primera fase en la que ejercía de asistente, "ahora se ha convertido en un miembro del equipo y, en una próxima fase, evolucionará hasta el agente, capaz de llevar a cabo procesos largos y con capacidades de personalización para adaptarse al usuario o a las necesidades de un sector concreto, con funcionalidades específicas".

Copilot Stack es la plataforma que permite la creación y el desarrollo de soluciones. Para

Hurtado señala la diferencia de Microsoft en relación a otras estrategias de inteligencia artificial. Se requiere tanto una plataforma de datos como una propia de IA. "Hay que repensar las plataformas de datos, concediendo un mayor protagonismo a la seguridad, con motores de monitorización", explicó. La plataforma de IA permite elegir diferentes modelos. "Incluso alguno de ellos está fuera de la nube", especificó. "Su gran valor es la flexibilidad que ofrece a los datos".

Por último, se refirió a la nueva generación de PC que incorpora un chip de IA en su hardware. "Muy pronto será la norma", vaticinó.

La perenne oportunidad del puesto de trabajo

A pesar de que es el área más tradicional, el puesto de trabajo sigue transformándose y, lo que es más importante, sigue siendo segmento prioritario de inversión. Según IDC el mercado tecnológico mundial del puesto de trabajo crecerá a un ritmo del 17 % en los

"La experiencia de usuario del futuro es la IA"

David Hurtado. Microsoft

próximos años tras haber alcanzado en 2021 los 656.000 millones de dólares. El gasto tecnológico en el puesto de trabajo se concentra en seguridad y comunicaciones unificadas, en un 55% y 47%, respectivamente. Y, junto a ellas, tecnologías de virtualización y de acceso.

De las oportunidades que se abren en este crítico entorno se debatió en la mesa en la

"El acceso remoto a los datos para un empleado tiene que ser rápido y seguro"

Sara Colman. Anydesk

que participaron Anydesk, Flexxible, Hornetsecurity, Kaspersky y Virtual Cable. Un entorno en el que también aplica la inteligencia artificial. Sara Colman, directora del canal de Anydesk en EMEA, señaló que, con su aplicación, se incrementa la agilidad. "El acceso remoto a los datos, a los documentos y a la información para un empleado tiene que ser rápido y seguro. Y la inteligencia artificial ayuda al permitir la integración con otras herramientas".

Fernando Feliu, *executive managing director* de Virtual Cable, apeló a la parte inconsciente de la inteligente artificial. "Es transparente para el usuario. Se refiere al *background* que apela al uso de autenticadores, a los desbordamientos inteligentes hacia nubes privadas, públicas o híbridas, o al uso inteligente de los datos teniendo en cuenta los elementos de seguridad necesarios para captarlos y que se transmiten de forma segura".

Para Manuel de Dios, director de ventas de Flexxible, la capacidad que otorga la IA a las

“Hay que garantizar que cada usuario utilice lo que quiera”

Fernando Feliu. Virtual Cable

aplicaciones es enorme. “La automatización es esencial en el entorno del puesto de trabajo en labores vinculadas con el mantenimiento y con el soporte que hay que dar a las máquinas y a las aplicaciones”.

En el área de la seguridad, la inteligencia artificial tiene mucho que decir. José Antonio Morcillo, director de canal de Kaspersky, recordó que su uso tiene una doble vertiente: la aplicación que la dan los *hackers* y la de los equipos de ciberseguridad de los fabricantes. “Aunque siempre se dice que los *hackers* van por delante y los proveedores un paso por detrás; al final, siempre se van contrarrestando ya que todas las empresas de seguridad contamos con equipos de in-

vestigación que están a la última”. Morcillo mostró su preocupación por el uso de esta tecnología en el plano de la gestión del dato. “Tenemos que ser conscientes de la subida, continua, de datos. Pero, ¿quién tiene la gestión de esa operación? ¿Quién controla al usuario que lo está haciendo? ¿Qué formación tiene?”, se pregunta. Y, ¿las aplicaciones? Morcillo recuerda que hay algunas, controladas por la empresa; y otras que están utilizando los usuarios sin control, “lo que supone un enorme riesgo”.

Para Carlos Vieira, director general de Hor-netsecurity, la inteligencia artificial ayuda a suplir la falta de talento. “Hay una parte de los procesos de programación que la utilizan cada vez más”, asegura. Las compañías que cuentan con un SOC propietario utilizan herramientas de IA para asegurar el primer nivel de soporte. “Hay que referirse a la seguridad en la programación de las líneas de código y a las herramientas que existen para proteger el dato”. A su juicio, hay que incentivar el uso

de la IA. “Los *hackers* la están utilizando para desplegar ataques automáticos y diseñar un *phishing* más inteligente, más difícil de detectar, que sigue siendo el vector principal de ataque”, alerta.

La expansión del teletrabajo ha multiplicado el número de puestos de trabajo de las empresas. Puestos que gozan de una enorme flexibilidad, están deslocalizados y acceden a todos los recursos empresariales; lo que también ha concedido más oportunidades a los *hackers*, con una mayor superficie de ataque. Proteger estos puestos de trabajo señala la última línea de defensa de la compañía. Para Vieira ha habido una gran mejora. “Una

“Hay que reducir la fricción entre la cultura, la evolución de los usuarios y la exigencia tecnológica”

Manuel de Dios. Flexible



gran parte de las empresas, pequeñas y medianas, ya ha integrado el "ABC" de cualquier esquema de seguridad básico y que incluye elementos como un EDR o, incluso, un XDR; o un *firewall*, a lo que muchas han añadido otras capas de seguridad como la gestión de permisos o la concienciación, esencial, para que cumplan con normativas muy importantes, como NIS2".

José Antonio Morcillo alerta de la falta de concienciación para proteger los dispositivos móviles. "Es enorme el porcentaje de empresas que no cuenta con protección en

este entorno: tienen otras prioridades y no se dan cuenta de que en estos dispositivos se alberga el dato". Unos dispositivos que, a su juicio, van a ser vulnerables. "No entiendo por qué no se da la misma importancia a la protección de estos dispositivos móviles en relación a otros entornos".

En los entornos del puesto de trabajo prima la experiencia del usuario y el acceso, en cualquier momento, dispositivo y lugar, a las aplicaciones y los datos. Unas exigencias que abren retos a los fabricantes y al canal. Manuel de Dios apela a la cultura. "Tanto la

interacción humana del usuario como la de los equipos técnicos que dan soporte tienen diferentes velocidades. Y ahí surge una fricción porque somos incapaces de actualizarlos a la misma velocidad". A su juicio, el principal reto en este entorno es asegurar que todos los usuarios, cualquiera que sea su conocimiento tecnológico, accedan, con seguridad, a todo lo que necesitan. "Hay que reducir la fricción entre la cultura, la evolución de los usuarios y la exigencia tecnológica", explica. Un panorama que otorga a fabricantes y *partners*, "una oportunidad brutal".

“Es enorme el porcentaje de empresas que no cuenta con protección en los dispositivos móviles”

José Antonio Morcillo. Kaspersky

Para Fernando Feliu, el puesto de trabajo ha ganado en prioridad sobre las infraestructuras y las capas de seguridad. “A cada uno de los usuarios hay que darle las herramientas que necesita, con un acceso controlado a los datos. Hay que generar perfiles, con una gestión centralizada, sencilla y ajustada a cada perfil”. Una gestión que observe un control de los costes, analizando qué herramientas no necesitan o no usan los usuarios. “El retorno de la inversión es importante”, asegura. Y, todo ello, sin afectar al usuario. “Hay que prepararlo para estos entornos, cambiantes, flexibles, que le habiliten para trabajar de formas diferentes desde cualquier lugar”.

Entornos, abiertos, que huyan del concepto de *vendor locking*. “Hay que garantizar que cada usuario utilice lo que quiera. Unos dispositivos que deben estar protegidos, con conexiones de acceso seguras”.

Para Sara Colman el mayor reto es mantenerse actualizado. Un reto que supone un montón de oportunidades. “Los servicios de consultoría que los *partners* pueden desplegar son enormes”, señala. También la educación. “Educar a los usuarios es fundamental. Los *partners* tienen una mejor relación con los usuarios y es una gran oportunidad”. En relación a la seguridad, el avance es notorio. “Hace una década, por ejemplo, el doble factor de autenticación estaba muy poco ex-

“La inteligencia artificial ayuda a suplir la falta de talento”

Carlos Vieira. Hornetsecurity

tendido. Ahora es una capa completamente obligatoria”.

Las aplicaciones mueven el mundo

Las aplicaciones, en su doble vertiente personal y laboral, se constituyen en elemento esencial del mercado tecnológico. Se estima que un empleado utiliza entre 10 y 15 aplicaciones diferentes en su trabajo diario, lo que incluye herramientas de comunicación, colaboración, gestión de proyectos, CRM, correo electrónico, etc. Una empresa pequeña puede tener entre 20 y 50 aplicaciones diferentes, dependiendo de su tamaño y de los servicios que ofrezca; mientras que las medianas y grandes empresas pueden utilizar desde 100 hasta más de 1.000 aplicaciones diferentes. A medida que aumenta el número de aplicaciones también crecen los desafíos relacionados con la gestión, la seguridad y la integración. Y, por supuesto, la formación. Unas aplicaciones en las que ya se está integrando la inteligencia artificial generativa. De todos

estos temas se debatió en una mesa que contó con la participación de Adobe, Foxit, Destinux y Factorial.

Carlos Martínez, CEO de Consultia Business Travel, compañía que desarrolla Destinux, una aplicación que digitaliza la gestión de los viajes de empresa, reconoció el carácter transformador de la IA. "Hay que saber qué procesos internos podemos hacer más eficientes gracias a ella. Además, nos permite ofrecer a los clientes nuevos servicios". El segmento de los viajes de empresa mueve en España alrededor de 12.000 millones de euros. "Es una de las pocas áreas en la empresa que aún no se ha digitalizado".

Para Marc Conesa, *head of channel* de Iberia de Factorial, la implementación de la IA es

"La IA permite ofrecer a los clientes nuevos servicios"

Carlos Martínez. Destinux

una oportunidad. En el área de la selección, por ejemplo, se aplica en la creación de los perfiles que se necesitan en las empresas y en el análisis de los currículums, para que, de manera rápida, observe si encaja o no con la posición que busca la empresa. "Incluso en la evaluación de los empleados, para conocer su situación, su nivel de compromiso y sus aspiraciones para hacerlos crecer dentro de la empresa".

En el necesario universo de los documentos digitales, su aplicación permite grandes ventajas. Para Nicolás Derico, *eSign sales manager* de EMEA en Foxit, incrementa la productividad de aquellos empleados centrados en interactuar con los documentos. "Ayuda a digerir el contenido de los documentos y a reducir el tiempo para su análisis, para detectar alguna inconsistencia en la información, preparar presentaciones y, en algunos casos, incluso, es capaz de predecir las preguntas que se pueden hacer durante la presentación", relata. "Es un compañero de trabajo

"La implementación de la IA es una oportunidad"

Marc Conesa. Factorial

que da ideas o revisa el trabajo: un segundo par de ojos en las labores".

Santiago Ruiz de Aguirre, *business development manager* de V-Valley, en representación de Adobe, señaló los dos campos de aplicación en los que trabaja el fabricante: en el campo creativo, con Firefly; y en el apartado de Document Cloud con Acrobat. Las ventajas abarcan notorias mejoras en las fotografías y en los diseños; e incluye, incluso, con el uso de licencias avanzadas, un seguro para cubrir los posibles problemas que podría generar la imagen final que resulta. Por su parte, en el trabajo con los documentos, los beneficios que abre en el tratamiento de la información están relacionados con el ahorro de tiempo y el incremento de la productividad.

La imposición de los modelos de trabajo híbrido y el mayor "consumo" del teletrabajo han abierto a los fabricantes de aplicaciones importantes retos en su desarrollo. "Nos exige una mayor rapidez", aseguró Nicolás Derico. En un mundo en el que se está produciendo una evolución hacia las plataformas, "los usuarios quieren tener una experiencia consistente en cualquier dispositivo: sea una tableta, un portátil, un ordenador de sobremesa, un teléfono móvil, etc.". En el entorno del PDF, recuerda, "lo importante no es leer el archivo, sino extraer la información que interesa del mismo. Y, en ese punto, la IA es una gran oportunidad".

Santiago Ruiz de Aguirre explicó que, con la consolidación del teletrabajo, uno de los retos importantes está relacionado con la colaboración. "Los empleados desarrollan su labor en entornos distribuidos y es esencial que puedan trabajar, con eficacia, de manera simultánea y de forma correcta sobre un documento. También se han mejorado las aplica-



ciones para poder compartir archivos de una forma rápida". La seguridad, más compleja en estos entornos, exige una mayor capa de protección en las mismas aplicaciones. "Hay que protegerlas de posibles vulnerabilidades". La accesibilidad a la aplicación, en cualquier momento y lugar, es otra exigencia, básica, de los usuarios. Ruiz de Aguirre apela a la innovación "continua, lo que hace que el desarrollo de las aplicaciones no cese".

Un desarrollo en el que la experiencia de usuario se ha convertido en una máxima. "Es nuestra razón de existir", asegura Marc Conesa. "Tiene que ser una herramienta sencilla de usar, muy intuitiva, que asegure que los empleados, aún sin conocimientos tecnológicos, puedan acceder a todo lo que necesitan: solicitar sus vacaciones, descargarse sus nóminas y sus contratos, firmarlos, o validar cualquier documento que necesiten".

El foco de Consultia Business Travel en este asunto le ha llevado a crear un departamento de *Customer experience*. "Es primordial que el cliente se sienta cómodo utilizándola y, por eso, damos formación. Es esencial, además, ofrecer un soporte continuo", recordó Martínez.

Todos los fabricantes ponen el acento en la importancia de la seguridad que ya aparece embebida en el diseño de las aplicaciones. No hay que olvidar que son una de las dianas preferidas de los *hackers*. Se calcula que el 43 % de los ataques aproximadamente van dirigidos a ellas lo que ha llevado a incrementar su nivel de protección.

El reinado de lo híbrido

Según calculaba IDC, en 2023 el 45 % de las organizaciones españolas reconocía tener una estrategia de nube híbrida. El 90 % tiene una o varias nubes y el 30 % de las aplicaciones ya está corriendo en nube híbrida. Un panorama en el que, además, cada vez tienen más peso los modelos de tecnología

como servicio. De los retos que se abren en estos entornos hablaron los representantes de Check Point Software, Canonical, Scality, Juniper y Lenovo.

También la inteligencia artificial aplica a estos entornos. Gabriela Zornoza, comercial especialista en TI y Cloud de Check Point Software, distingue tres aspectos de esta tecnología: como víctima, como amenaza y como herramienta. En la primera acepción, recuerda que para utilizarla y crear un modelo basado en ella, se necesitan muchos datos. "Cuanta más protección tengan, más protegida estará la IA". No olvida recordar su uso por parte de los ciberdelincuentes. "Los ataques creados con IA son mucho más com-

"La IA es un compañero de trabajo que da ideas o revisa el trabajo"

Nicolás Derico. Foxit

"Hay una innovación continua: el desarrollo de las aplicaciones no cesa"

Santiago Ruiz de Aguirre. V-Valley en representación de Adobe

plejos y sofisticados; pero también la podemos utilizar para que nos ayude a detectar mejor las amenazas y para mejorar el trabajo de los profesionales de la seguridad". En el caso del proveedor, cuenta con un *firewall* de aplicación que, en lugar de diseñar una protección basada en firmas, "aprende, gracias a modelos de inteligencia artificial, para detectar ataques de día cero de los que no existe una firma".

Simón Zoghbi, responsable de distribución del sur de EMEA de Juniper, recordó que se trata de una tecnología que ha supuesto un punto de disrupción. También en el área de la red. "Es esencial recopilar datos, procesarlos y tomar decisiones gracias a este análisis.

La infraestructura de red proporciona mucha información y se abre la posibilidad de almacenarla y comenzar a aplicar la inteligencia. Ya lo estamos haciendo en redes LAN, en entornos inalámbricos y también en entornos SD-WAN, extendiendo la inteligencia artificial al centro de datos y a las redes WAN". Una tecnología que, insiste, se puede aplicar a la red, "lo que permite que se convierta en un beneficio para el usuario ya que le habilita para poder adelantarse a los fallos que se puedan producir, detectando malas configuraciones y enviando mensajes para hacer sustituciones de los dispositivos que no funcionen de manera correcta".

Para Alexandre Bento, *infrastructure general manager* de Iberia de Lenovo, el factor crítico en el centro de datos son las aplicaciones de negocio. "Aunque ya existen iniciativas de inteligencia artificial alrededor de la explotación del dato, existen muchas dificultades para contar con las capacidades necesarias para poder llevarlo a cabo de manera sosteni-

"Es más complejo proteger un entorno de nube que *onpremise*"

Gabriela Zornoza. Check Point Software

da", explicó. En el ámbito del sector privado, puntualiza, hay que "ver cómo se monetiza para observar su impacto directo en temas de ahorros, eficiencias o en la generación de nuevos ingresos". Un mercado en el que el ecosistema es muy importante. "El hiperescalar no puede hacerlo todo". Además, alertó de que tendrá que existir "una IA de las

"La infraestructura de red proporciona mucha información y hay que aplicar la inteligencia"

Simón Zoghbi. Juniper

diferentes IA que estamos desplegando los fabricantes y los proveedores tecnológicos". Israel Serrano, *regional manager* del sur de EMEA de Scality, insistió en que cuando se habla de la inteligencia artificial generativa, "estamos hablando de datos". Para alimentar un modelo con esta tecnología, se requiere mucha información, procedente de múltiples fuentes y creada por muchos usuarios. "Se abre un debate sobre el valor del dato. Las empresas, si quieren utilizar con eficacia estas herramientas, deben alimentarlas con los datos que tengan valor para su negocio". Una información que en su mayor parte está desestructurada. "Es posible consolidarla en un lago de datos para que posteriormente las aplicaciones puedan extraer la información y dar valor a las compañías".

Mikel Lizarralde, *sales manager key accounts* de Canonical, defendió el valor del software en las plataformas en las que corren todas las aplicaciones y las herramientas para desarrollar la inteligencia artificial. Un entorno en el



que conviven las aplicaciones propietarias con el desarrollo del software libre. Canonical, como responsable de Ubuntu, la distribución de Linux más extendida, se encarga de recopilar el trabajo de la comunidad, "que colabora y desarrolla soluciones, dotando al software de seguridad y de herramientas de automatización para que los clientes puedan consumirlo", explicó. El ecosistema, a su juicio, es esencial. "Todas las iniciativas de IA nos obligan a colaborar más estrechamente: se está llevando al límite la capacidad de cada uno en nuestros dominios".

Gracias a los despliegues de nube híbrida se está elevando el peso de los sistemas de código abierto: la consultora IDC prevé que el peso de Linux en la nube híbrida pase del 78 % en 2021 al 82 % en 2026. "Estamos viviendo un cambio de ciclo en el desarrollo de este tipo de aplicaciones", aseguró Mikel Lizarralde. "Prácticamente toda la innovación está ocurriendo en el mundo del código abierto libre. Se están generando multitud de herramientas, siendo el dato la fuente de todos los procesos". A su juicio, si queremos avanzar, hay que dejar que el mundo del software libre

se desarrolle. "El mundo del software propietario, que cuenta con grandes soluciones, se rige por recursos finitos, limitados por el presupuesto y la facturación".

Almacenar el dato en los entornos híbridos es complejo, no solo por la dispersión de sus múltiples alojamientos (*edge*, *cloud*, centros de datos) también por las diferentes tecnologías que aparecen en su ciclo de vida. Para ofrecer a las empresas la mejor respuesta a este complejo panorama, Israel Serrano apuntó a la interoperabilidad. "Es esencial implementar protocolos estándares. Cuando el dato nos llega, no lo modificamos, lo dejamos tal cual es; lo que asegura su movilidad en cualquier plataforma", recordó. Para conformar una plataforma de almacenamiento para los clientes, Serrano aconsejó que los *partners* opten por que sus "piezas" sean interoperables. "Aunque el ecosistema de los fabricantes cambie, lo importante es que los interfaces que utilizan para hablar entre ellos sigan siendo válidos".

“Prácticamente toda la innovación está ocurriendo en el mundo del código abierto”

Mikel Lizarralde. Canonical

En los entornos híbridos cobran cada vez más importancia los modelos que apuestan por la tecnología como un servicio. Un modelo que, como señaló Alexandre Bento, tiene que ser abanderado por el canal. “Los *partners* son fundamentales para aconsejar, guiar y hacer ver a los clientes su valor. No hay café para todos y hace falta una estrategia. El centro de datos jugará un papel fundamental y la estrategia tiene que pivotar en el dato”.

A su juicio, el despliegue de los modelos como servicio en el ámbito privado va más rápido; aunque también el sector público, con la reciente creación de los acuerdos Marco en el entorno *cloud*, ya está abriendo

su catálogo al modelo como servicio. “Ya se ha roto esta lanza en el lado público”.

La red, quizás el elemento más estático de los sistemas tecnológicos, también ha evolucionado gracias al software. Simón Zoghbi recordó que este proceso se dilató por la complejidad de las redes “pero el tipo de servicios que se necesitaba, relacionado con el *cloud*, la virtualización o los clústeres, nos han llevado a ir avanzando”. El más popular de los desarrollos basados en software es SD-WAN, una tecnología que, reconoce, “aún no cuenta con todo el desarrollo que debiera en España”.

El responsable de Juniper insistió en los beneficios de trabajar con fabricantes que defienden los modelos abiertos y que permiten hacer migraciones con facilidad. Además, en la extensión de la IA hacia el centro de datos, la evolución es hacia redes basadas en intenciones: “Intent based networking (IBN)”. “Está relacionado directamente con la creación de redes. Una evolución en la que prima, en nuestro caso, el agnosticismo, permitien-

“El modelo de tecnología como servicio tiene que ser abanderado por el canal”

Alexandre Bento. Lenovo

do la integración con diferentes fabricantes”. El papel de la ciberseguridad es esencial en estos entornos híbridos. Gabriela Zornoza recordó que sigue siendo más complejo proteger un entorno de nube que un entorno *onpremise*. “Sin embargo, hay mucha más concienciación, más buenas prácticas y más herramientas. Es tremendamente positivo disfrutar de la nube pero hay que protegerla”, explicó. Una de las mayores preocupaciones de los CISO es la cantidad de alertas procedentes de distintos sistemas de seguridad, con múltiples consolas, en las que buscar información cuando están siendo atacados. “Es esencial ayudar a que los clientes puedan aplicar, por ejemplo, políticas en am-

bos sistemas (*cloud* y *onpremise*) de la misma manera, para facilitarles esta tarea".

El dato, faro del negocio

En la era digital, los datos se han convertido en el recurso más valioso. Al igual que el petróleo impulsó la revolución industrial, están impulsando una nueva era de innovación y crecimiento económico. Los datos no sólo permiten a las empresas tomar decisiones más informadas y estratégicas, sino ofrecer experiencias personalizadas a sus clientes. Se han convertido en la materia prima para la innovación ya que su análisis permite a las empresas identificar nuevas necesidades y

"Cuando el dato nos llega, no lo modificamos; lo que asegura su movilidad en cualquier plataforma"

Israel Serrano. Scality

"Ningún dato se tendría que poner en producción si no tiene un *backup*"

Santiago Sánchez. Veritas

oportunidades de mercado, u optimizar los procesos internos.

El almacenamiento de datos es un aspecto crítico en la gestión de la información y su protección, una preocupación cada vez mayor. También la inteligencia artificial es un elemento que tiene un gran impacto en el mundo de los datos. De todo ello se habló en la mesa que reunió a Veritas, Hitachi Vantara, HPE, Wasabi, Acronis y Entrust.

En relación al papel que tiene la inteligencia artificial en el mundo del dato Santiago Sánchez, *senior presales for IT Solutions* de Veritas, explicó que tiene dos grandes impactos: "Por un lado la cantidad de datos que se necesitan para alimentarla y, por otro, lo difícil

que es gestionar toda la infraestructura y todos los datos".

Para Alberto Tapias, *Iberia Hitachi Vantara partner manager*, la IA va a impactar en las empresas que se dedican al almacenamiento, lo que supone "una buena oportunidad" para el *partner*. "Aunque habrá muchos retos, es un buen momento".

"Casi todos los que nos dedicamos a fabricar infraestructuras hemos visto que es disruptiva, no solamente al generar la tecnología para sustentar los modelos, sino para implementarlos", explicaba Jorge Lorenzo, HPE Ambassador.

Para José Ignacio García, *sales manager* de Iberia, Italia, Israel y ME de Wasabi, "la tecnología en sí misma no sirve de nada si no se aplica al mundo real". Aseguraba que la inteligencia artificial es disruptiva en muchos sectores, incluido en el mundo del almacenamiento, donde se está utilizando para ordenar los datos y hacer un índice y para el etiquetado, "lo que ahorra muchas horas de trabajo".

En opinión de Marcus Gregory, Iberia sales manager de Acronis, "la IA es una herramienta que se debería implementar para ser más eficientes, para tomar decisiones de una manera más rápida y para buscar y encontrar tendencias dentro de los datos que tenemos". El directivo recordaba que los fabricantes no solo están guardando los datos, "sino lo qué está pasando sobre esos datos". Rafael Cuenca, regional sales manager digital security solutions de Entrust, recordaba que la IA lleva con nosotros muchísimo tiempo. "Es un reto importantísimo para las empresas porque todos los sistemas de IA están basados en criptografía", lo que representa "una oportunidad de negocio tremenda". Planteado si el canal está explotando y aprovechando la tecnología como servicio, recordaba Jorge Lorenzo que HPE fue de las primeras empresas en "colocar este modelo de extremo a extremo para todo el canal de distribución en Europa", sin embargo, ha sido el canal "quien nos ha enseñado qué de-



bemos y qué no debemos ofrecer en el modelo como servicio". Han sido "los partners quienes han terminado por modelar y transformar nuestro propio modelo de negocio para dar cabida a toda la cadena de valor". La gestión del dato en los entornos híbridos es compleja, no solo por la dispersión de sus múltiples alojamientos (*edge, cloud*, centros de datos) sino también por las diferentes tecnologías que aparecen en su ciclo de vida. Planteado durante el debate qué "nuevos" desafíos/retos se le plantea al canal en este complejo entorno, Santiago Sánchez señaló

que se necesita una mayor especialización de los *partners* en el entorno de la gestión de los datos. "En los últimos años el *backup* se ha convertido en el objetivo número uno de los ciberdelincuentes y el mercado ha respondido lanzando diferentes tecnologías pero nos estamos dando cuenta de que hay muchos vectores; por lo que estamos intentando asegurar nuestras plataformas de datos para que sean capaces de identificar un ataque y responder a él".

José Ignacio García sacaba a relucir lo que, asegura, es un problema extendido en los

“La IA va a impactar en las empresas que se dedican al almacenamiento, lo que supone una buena oportunidad para el *partner*”

Alberto Tapias. Hitachi Vantara

servicios de almacenamiento *cloud*: la mitad de la factura que reciben los clientes por el almacenamiento no es propiamente almacenamiento, sino que es una factura que se refiere a cómo el cliente trabaja con él. “Es una situación curiosa que ha llevado a muchos clientes a volver a infraestructuras más tradicionales”.

A la hora de hablar de cómo se equilibra la gestión ágil y la seguridad de los datos apostó Rafael Cuenca por la automatización y la unificación de políticas. Planteaba que el

problema “no solo consiste en definir políticas, sino en tener visibilidad y control”.

“La seguridad es incómoda porque siempre añade más controles”, completó Alberto Tapias. “Debemos ser muy creativos a la hora de detectar actividades sospechosas. Hay que apostar porque todo esté totalmente embebido en el sistema y sea algo totalmente intrínseco”.

Soberanía del dato

La soberanía de los datos en Europa es un concepto que ha cobrado gran relevancia en los últimos años, especialmente con la creciente digitalización y la concentración del poder de los datos en manos de unas pocas grandes empresas tecnológicas, muchas de ellas con sede fuera de la Unión Europea. ¿Cómo afrontan las empresas esta necesidad de mantener los datos donde deben? ¿Es un argumento de venta?

Dejó claro el directivo de Wasabi que la soberanía del dato es una pregunta recurrente

de *partners* y clientes; con una fácil respuesta. “Cumplimos normativas, hacemos redundancia en la Unión Europea y el dato no sale de este espacio”. En opinión de José Ignacio García Calderón, “el cliente es exigente y hace muy bien en serlo”.

Se mostró de acuerdo Marcus Gregory en que la mayoría de los *partners* y de los clientes finales quieren saber dónde están los datos. “Existe una tendencia de que cuanto más cerca, mejor”.

Rafael Cuenca comentó que la preocupación está en dos áreas: dónde se almacena el dato y quién tiene las llaves que dan acceso a él. “Guardar las claves de cifrado en el mis-

“Ha sido el canal quien nos ha enseñado qué debemos y qué no debemos ofrecer en el modelo como servicio”

Jorge Lorenzo. HPE

mo sitio que la información no es coherente". Además, "si no guardas las llaves de una manera segura, no tienes soberanía".

Para Jorge Lorenzo, "cuando hablamos de soberanía, muchas veces nos quedamos en la capa superficial". La normativa de la soberanía del dato es extremadamente compleja porque no sólo contempla dónde se guarda, sino quién lo usa y para qué. "No sé si es un argumento de ventas, pero los clientes, sobre todo en el mundo más *enterprise*, están más preocupados por quién puede tener acceso al dato y para qué va a tener acceso".

Ransomware, impulsor del backup

El *ransomware* sigue creciendo y ha evolucionado a otras "fórmulas" como la doble y triple extorsión. ¿Qué perspectivas de negocio abre esta compleja situación a fabricantes y canal? ¿El *backup* se corona como un "básico"?

Lo básico es entender de dónde vienen los ataques, dijo Marcus Gregory. "La seguridad del dato en sí ya no es una cuestión de

"El *backup* es un básico pero hay que tomar medidas porque las empresas no son compartimientos estancos"

José Ignacio García. Wasabi

cómo manejas esos datos, sino de dónde vienen los ataques y con qué frecuencia". Ese conocimiento, añadió, "es una oportunidad para el canal".

De cara al *ransomware*, se mostró de acuerdo José Ignacio García en que el *backup* es un básico. "Pero, como otras muchas medidas que hay que tomar, porque estamos todos conectados. Las empresas no son compartimientos estancos".

Dejaba claro el *senior presales for IT solutions* de Veritas que "ningún dato, ningún sistema, se tendría que poner en producción si no tiene un *backup*" y que "la oportunidad de ne-

gocio está clara". Además, "tienes que asegurarte de que esa plataforma, esa estructura de *backup* que va a contener tus datos y que vas a usar en caso de desastre, esté segura y disponible; y que sea escalable porque es lo que me va a permitir sobrevivir".

"El *backup* está viviendo su segunda luna de miel", decía Alberto Tapias. "Es una medida básica, necesaria y muy crítica; que cuesta muy poco justificar", lo que lo abre "una oportunidad gigante".

"El *backup* tendría que ir por defecto en cualquier plataforma", aseguraba Jorge Lorenzo. "El nivel de desconocimiento tecnológico y técnico de los clientes es abismal" por

"Si puedes prevenir los ataques que llegan a los datos; estos van a estar infinitamente más seguros"

Marcus Gregory. Acronis

lo que hay que "hacer una labor conjunta con el canal para que entiendan las diferencias".

Infraestructura y cloud: "obligada" entente

La transformación digital ha impuesto un nuevo paradigma en el mundo empresarial. Las compañías, grandes y pequeñas, se ven obligadas a adaptarse a un entorno cada vez más competitivo y exigente. En este contexto, la nube ha emergido como una herramienta fundamental para modernizar las infraestructuras tecnológicas y agilizar los procesos. Pero, ¿por qué esta migración a la nube se ha vuelto casi obligatoria? ¿Qué impacto tiene la inteligencia artificial? ¿Cómo se adopta el modelo de tecnología como servicio? ¿Es la sostenibilidad un argumento sólido de negocio? Para responder a estas preguntas se celebró una mesa redonda con la participación de Reevo, OASIX by Grupo Aire, Dell Technologies, Red Hat y Vertiv.

En relación a la aplicación de la inteligencia artificial en los entornos híbridos y qué



ventajas reales ofrece, Alan Vázquez, *partner account manager* de Reevo, apuntaba que ayudará mucho en el mantenimiento o balanceo de las cargas en los entornos híbridos. "Aunque aún le queda mucho recorrido".

Para Carlos Carrasco, responsable de desarrollo de negocio de OASIX by Grupo Aire, los entornos híbridos suponen "una ventaja muy interesante como modelo de negocio para los *partners*". Planteó que el potencial está en que "todas las maneras de consumir la IA se puedan desarrollar en cualquier escenario (entornos de nube pública, nube priva-

da, *on-premise* o centros de datos) y que los *partners* sean capaces de dar ese servicio". Purificación Cortés, *APEX ambassador & distribution account* de Dell Technologies, aseguró que la inteligencia artificial va a tener un poder transformador de la sociedad. "También genera una serie de retos que hay que identificar y en los que el canal tiene un papel fundamental". Mencionó la falta de habilidades específicas que hay frente a la IA. "Hay que garantizar que la información con la que trabaja esa IA esté protegida". Unos proyectos que pueden ser costosos porque "si hablamos de *cloud*

“Guardar las claves de cifrado en el mismo sitio que la información no es coherente”

Rafael Cuenca. Entrust

computing puede resultar impredecible, y si hablamos de infraestructura *on-premise*, puede suponer una inversión que no todas las compañías están dispuestas a afrontar”.

Javier Guijarro, *cloud partner alliance manager* de Red Hat, asegura que “como mínimo, la inteligencia artificial va a cambiar nuestra manera de trabajar”. Y por muy reaccionario que sea, “nadie se va a quedar atrás”. Como empresa de software, Red Hat aborda la IA de dos maneras: ayuda a terceros a desarrollar modelos y aplica esa tecnología a los productos para facilitar la vida del usuario.

Miguel del Moral, director de canal del sur de EMEA de Vertiv, recordó la doble dimensión

de Vertiv como fabricante de infraestructura crítica en el entorno del centro de datos y como proveedor eléctrico. “La inteligencia artificial está generando mucho calor. Y disiparlo es algo que no estamos acostumbrados a hacer”, comentó. “Se necesitan nuevas tecnologías que ayuden en la refrigeración”. Respecto al *edge computing*, sobre el que se prevé un crecimiento medio anual del 13,1 % hasta generar, en 2026, un volumen de negocio en torno a los 317.000 millones de euros, es para Miguel del Moral “el mercado natural del canal”. El desarrollo de la inteligencia artificial va a empujar un poco más esta oportunidad.

“No se trata tanto de priorizar la nube sino de con quién me voy a la nube y cómo lo hacemos”

Alan Vázquez. Reevo

Se mostró de acuerdo Javier Guijarro en que el *edge computing* es una oportunidad, “aunque probablemente no se esté explotando ahora mismo”. No todos los entornos *edge* son iguales. “Debe cambiarse la política comercial porque no es lo mismo tener un producto en un centro de datos con un montón de recursos que tenerlo en miles de puntos distribuidos”.

Hace tiempo que en España se apuesta por lo híbrido. De hecho, según IDC, siete de cada diez empresas en España combina la nube pública con una infraestructura tradicional *on-premise* o con la nube privada. “Es ahora cuando se está poniendo un poco de orden”, aseguró Alan Vázquez. “En cada proyecto hay que decidir qué entornos son críticos para mantener en un sitio, qué podemos proteger y de qué manera”.

En este mundo híbrido, Carlos Carrasco aseguró que, como proveedores de infraestructura, “tenemos la obligación de dar al canal las soluciones lo más integradas posible para

“Los entornos híbridos suponen una ventaja como modelo de negocio para los *partners*”

Carlos Carrasco. OASIX by Grupo Aire

acometer, en un mismo proyecto, el consumo de todo tipo de infraestructuras como servicio. Y lo más importante: la conectividad entre ellas”.

Purificación Cortés recordaba que más del 90 % de las compañías se declara *multicloud* y que el gasto en infraestructura sigue creciendo. “Lo que está cambiando es la manera de consumir tecnología. Los clientes apuestan por un modelo flexible, como servicio, que les permite contabilizar esos activos en un modo de gasto en lugar de como un activo”, explicaba la directiva de Dell Technologies. “Si lo sabe aprovechar, el canal está en un momento crítico para ofrecer su ayuda a los clientes,

porque los entornos *multicloud* generan unas complejidades que no se han percibido hasta que han ido pasando los años”.

Hablando de sostenibilidad

La sostenibilidad ha incrementado su papel esencial en la estrategia de los principales fabricantes. ¿Es un “argumento” sólido de negocio? Alan Vázquez aseguró que, además de unas normativas que hay que cumplir, “la sostenibilidad es un valor añadido”. Puede que no te haga vender más, pero ser sostenible “sí que permite diferenciarte respecto a otros. Incluso se puede quedar excluido de una oferta si no se cumple con cierta legislación”, comentó el responsable de desarrollo de negocio de OASIX by grupo Aire.

“El *edge computing* es el mercado natural del canal”

Miguel del Moral. Vertiv

“Lo que está cambiando es la manera de consumir la tecnología que tienen los clientes, que apuestan por un modelo flexible”

Purificación Cortés. Dell Technologies

En opinión de Purificación Cortés, “cualquier proyecto de transformación digital se puede realizar de una forma sostenible y la inteligencia artificial va a provocar que se incluya en la agenda de los clientes, sí o sí”. Explicó que, de aquí a 2030, la capacidad de demanda de energía necesaria para que los centros de datos desplieguen aplicaciones de inteligencia artificial se va a multiplicar por ocho, “por lo tanto las empresas van a tener que preocuparse, aunque sea de una forma egoísta, en cómo gestionarlo”.

No es habitual que la sostenibilidad esté en la agenda de una empresa de software, “aun-

que es un elemento que hay que tener en cuenta", decía Javier Guijarro. La aproximación de Red Hat es "dar al cliente libertad de elección para utilizar los entornos que sean más óptimos en términos de sostenibilidad. Es indudable que va a tener repercusión en las decisiones de los clientes ya sea por regulación, por imagen, por egoísmo o por convicción propia".

Miguel del Moral recordaba el caso de Irlanda para llamar la atención sobre la sostenibilidad: este país, sede de muchas empresas tecnológicas, está teniendo serios proble-

"La inteligencia artificial va a cambiar nuestra manera de trabajar"

Javier Guijarro. Red Hat

mas con el consumo energético de sus centros de datos, que se puede disparar a más de un 20 % del consumo total energético del país. "La sostenibilidad es una necesidad", aseguró; observando un mercado a dos velocidades: "La de las empresas grandes que ya

tienen un departamento de sostenibilidad y la de muchas pequeñas empresas que miran más por el coste inicial de esa solución y no se fijan tanto en la eficiencia energética que pueda tener".

¿Se prioriza la nube?

En un momento en el que se están utilizando tanto los entornos *onpremise* como los entornos en la nube, Carlos Carrasco observó una especialización de la fuerza de ventas "para hacer una venta consultiva, una labor que hay que ensalzar de los *partners* para entender bien cuál es la necesidad del cliente y encontrar el proveedor adecuado de servicios de infraestructura para este cliente".

En opinión de Alan Vázquez, no se trata tanto de priorizar la nube sino de "con quién me voy a la nube y cómo lo hacemos. En ocasiones, la subida a la nube no ha funcionado bien: muchas cargas han tenido que volver a los entornos privados; es muy complicado volver atrás".

