



linkedin



twitter



newsbook.es

>> La revista del distribuidor informático

Newsbook

Tai
editorial

Año XXXI N° 334 Febrero 2026

0,01 Euros



Copilot+PC

Lleva la productividad al siguiente nivel con los PC con IA de HP

HP EliteBook X Flip G1i

Los PC Windows más rápidos, inteligentes y seguros de la historia

Consulta con tu mayorista habitual.



© Copyright 2025 HP Development Company, L.P. La Información que contiene este documento está sujeta a cambios sin aviso previo. Copyright © Microsoft y Windows son marcas registradas o marcas comerciales de Microsoft Corporation en los Estados Unidos y/o en otros países. La información que contiene este documento está sujeta a cambios sin previo aviso.



MARKETING B2B CON EXPERIENCIA EDITORIAL

Mucho más que una editorial

Newsbook

directorTIC

ciberseguridad**TIC**

PYMES

tpvnews
SOLUCIONES POS, CAPTURA DE DATOS Y RETAG

Newsbook



Año XXXII N° 334 Febrero 2026

0,01 Euros

Según la consultora Context la facturación del sector creció un 15,1 %

El negocio de los mayoristas se abona con más crecimiento

Tras un 2024 en el que el negocio de los mayoristas en España creció un escueto 0,3 %, el pasado 2025, según la consultora Context, el crecimiento fue mucho más holgado, con una cifra que se situó en el 15,1 %. La facturación acumulada superó los 8.200 millones de euros.



Todo el ejercicio estuvo adscrito al ascenso: un 20 % en el primer trimestre, un 8 % en el segundo e idéntico crecimiento, un 16 %, en la segunda parte del año. Los negocios consagrados al valor y al volumen crecieron casi en idéntica proporción: un 16 % el primero, que genera el 36 % de la facturación; y un 14 % el segundo. **N**

Sigue en **pág. 8**

El mayorista suma más de año y medio de presencia en España

“La diferenciación de Infinigate procede de su origen: es una compañía que nació con la ciberseguridad”

Ya cuenta Infinigate con más de una veintena de fabricantes en España y un ecosistema de *partners* del que forman parte cerca de 500 compañías. Tras más de año y medio de presencia en España, el mayorista ha decidido poner la ciberseguridad como el eje principal de negocio. Reinaldo Rodríguez, director general de Infinigate Iberia, recuerda el origen de la compañía, centrado en este importante mercado, y explica el objetivo de consolidar una imagen vinculada con el valor y el compromiso. **N**



Sigue en **pág. 5**

La industria tecnológica hace frente a los problemas de suministro

No es la primera vez que la industria TIC tiene que hacer frente, debido al incremento de la demanda o a algún problema coyuntural, a una crisis de suministro. La altísima demanda que está experimentando la inteligencia artificial ha provocado la escasez y el posterior incremento en los costes de componentes claves como las memorias (DRAM y NAND) o los procesadores. Fabricantes y mayoristas ya se preparan para hacerla frente. **N**

Sigue en **pág. 11**

Más allá de *backup*

A pesar de la “irrupción” de tecnologías con más glamour en el ámbito de la ciberseguridad y la famosa ciberresiliencia, el *backup* permanece como una tecnología indispensable en las estrategias de protección de las empresas, con un entendimiento, indispensable, con las soluciones de prevención, detección y recuperación, para garantizar a las empresas su continuidad del negocio. **N**

Sigue en **pág. 20**

"Gracias", nuestra candidatura en 2026

Desde hace unos cuantos años la Fundación del Español Urgente, la Fundéu, que está promovida por la Real Academia Española (RAE) y la Agencia EFE, elige la palabra del año. La triunfadora, explica la fundación, no tiene que ser necesariamente una voz nueva, sino que debe suscitar interés lingüístico por su origen, formación o uso y por haber tenido un papel protagonista en el año de su elección. La que se eligió en 2025 fue arancel. Imaginen por qué. En la lista, que empezó en 2013, aparecen dana, polarización, escrache, populismo, refugiado, vacuna o confinamiento. Incluso han salido triunfadoras palabras como emojis o selfi.

Hay palabras que van a tener complicado aparecer en esta lista de la Fundéu porque, como bien dice la fundación, deben ser protagonistas a lo largo del año. Acabamos de estrenar 2026, un año que, como viene siendo habitual en los últimos ejercicios, ¿o deberíamos decir décadas?, pinta complejo. Echando un vistazo a las palabras que han sido protagonistas en los últimos años, y analizando el panorama que nos toca vivir, la mayoría podría volver a alzarse ganadora de este peculiar concurso. En 2015, por ejemplo, se optó por la palabra refugiado y en 2016 por populismo. Dos términos de plena actualidad y, lamentablemente, tememos que seguirá siendo así por muchos años.

En 2022 se optó por inteligencia artificial. Otra palabra que, no solo ahora, sino que en los próximos años dará mucho que hablar, más con los numerosos apellidos que parece que la definirán. Y por el debate que provocará.

Ya saben que en el grupo TAI, por el negociado que nos ocupa, somos unos firmes defensores de la palabra. O más bien de las palabras. También defendemos a fuego el buen uso del lenguaje y el respeto, por un idioma, el español, rico en matices y en vocabulario. Moviéndonos en el segmento tecnológico, tan amante del idioma de Shakespeare, tenemos que lidiar con el uso, desaforado a veces, de los anglicismos; y de las traducciones sangrantes de algunos términos que se vuelcan a nuestro idioma sin concordancias ni respeto semántico.

Recién estrenado este ejercicio, y como el año se vislumbra largo y duro, nos van a permitir una licencia, no sabemos si poética, pero sí idiomática. Vamos a proponer nuestra palabra candidata a 2026 que no va a ser otra que "Gracias". Observen cuántas veces hacemos uso de ella cada día. No son pocas. Y ahora planteense cuántas veces deberíamos proclamarla, también cada día, y no lo hacemos. Muchas más. Y, lo que es peor, en qué mala posición nos coloca. Analicen cuántos silencios gastamos tras un apoyo en una labor que se nos atoró, una prebenda que nos conceden en nuestro desempeño profesional o un permiso no contemplado en los escritos legales. Cuenten cuántas omisiones para dar respuesta a un obsequio, grande o nimio, material o inmaterial, que alguien, por lo que fuera, decidió concedernos. Observen cuántas veces ni se mira a quien cede el asiento, pone una cerveza o corta un buen chuletón. Chequeen el número de peticiones y de exigencias. Y, ahora, cotejémoslo con la cantidad de gracias. Pues eso. Este año, entre todos, demos la victoria a las "Gracias" en el concurso de la Fundéu.

¡Gracias! 🇳🇪

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

En primera persona Infinigate



Reinaldo Rodríguez,
director general de Iberia

5

En Profundidad Context



El negocio del mayorista
creció a doble dígito

8

En portada Cadena de suministro



Fabricantes y mayoristas
hacen frente al problema

11

En portada

Más allá del backup Pág. 20

Pilar esencial en las estrategias de protección

En profundidad

IA y hostelería Pág. 16

Alianza para que la IA de Microsoft llegue al sector de la hostelería

AMETIC Pág. 19

Presenta su Agenda Digital 2026-2030 para posicionar a España como hub tecnológico europeo

Kaspersky Pág. 26

2025, año excelente para la filial ibérica

Ciberseguridad en Ingram Micro Pág. 28

Microsoft, fabricante clave

Diagonal Informática Pág. 30

Transforma el puesto de trabajo con HP

ESET Pág. 32

Informe de amenazas en 2025

Sage Pág. 34

La filial ibérica creció un 10 %

Rossellimac Pág. 36

Impulsa al canal con servicios, financiación y gestión del ciclo de vida

Mercado de PC Pág. 38

El sector consolida su recuperación

Formación Pág. 37

Gadesoft impulsa la formación en IA y ciberseguridad

Ferias

CES 2026 Pág. 41

La feria marca la agenda tecnológica del año

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
Bárbara Madariaga • barbara@taieditorial.es

PUBLICIDAD

David Rico • david@taieditorial.es

PRODUCCIÓN

Marta Arias • marta@taieditorial.es

OTRAS PUBLICACIONES

directorTIC

tpvnews

PYMES

Negocios

ciberseguridadTIC.es

EDITA



T.A.I. Editorial, S.A.

(Técnicos Asesores Informáticos Editorial, S.A.)

www.taieditorial.es

Avda. Fuencarral, 68

28108 ALCOBENDAS (Madrid)

Tel.: +34 91 661 61 02

E-mail: correo@taieditorial.es

MIEMBRO DE



FEDERACION
INTERNACIONAL DE LA
Prensa PERIODICA

DISTRIBUCIÓN

Cíbeles Mailing

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

DEPÓSITO LEGAL

M-20480-2002

ISSN

1696-6147

Impreso en
papel ecológico

El mayorista ya cuenta con más de veinte marcas en el mercado ibérico

"Infinigate tiene que ser un mayorista *"world class"*"



Reinaldo Rodríguez,
director general de Infinigate Iberia

Tras instalarse en España hace más de año y medio, Infinigate ha configurado en el mercado ibérico una oferta de la que ya forman parte más de una veintena de fabricantes, decantándose por una estrategia en la que la ciberseguridad es el eje principal de negocio. Presente en 36 países y con una oferta de la que forman parte 160 fabricantes, Reinaldo Rodríguez, director general de Infinigate Iberia, defiende que siempre han sido una compañía de valor que desea modelar una marca que le otorgue un perfil diferente en el sector. "Queremos que el sector nos reconozca como una empresa *"world class"*."

Marilés de Pedro

E

l crecimiento del mercado del mayoreo en España el pasado año alcanzó el doble dígito, con los canales que

se dirigen a abastecer a la pyme y al negocio de las grandes cuentas y el negocio público creciendo con alto ritmo. Se trata de un panorama muy diferente al que teníamos en 2024, en el que el mercado decreció. ¿Qué explica estos buenos números en España? ¿Qué ha tirado del mercado de la ciberseguridad, pilar de negocio fundamental de Infinigate?

Responde a algunos estímulos. El primero es la inteligencia artificial que ha dinamizado los procesos; no solo en el área de la protección, también en el diseño de los ataques. También ha contribuido la mejora del escenario económico que permite que las empresas estén más concienciadas e inviertan más. Hay una conciencia cada vez mayor de que la ciberseguridad no es un gasto, sino una inversión. Para compañías con un determinado tamaño, un ciberataque puede significar su extinción, lo que les ha lle-

"La diferenciación
de Infinigate
procede de su
origen: es una
compañía que
nació con la
ciberseguridad"

EN PRIMERA PERSONA

vado a invertir más. Por tanto, la ciberseguridad ha crecido gracias a un conjunto de factores. Y seguirá creciendo porque es una industria con una enorme energía, vitalidad y pujanza; y con una gran capacidad de transformación a nivel social derivado de los procesos de transformación digital.

Se trata también de un sector repleto de compañías, tanto en el escalón mayorista como, por supuesto, en el escalón de los fabricantes. ¿Es posible encontrar una diferenciación en este mercado?

La diferenciación de Infinigate procede de su origen. Es una compañía que nació con la ciberseguridad. Hay grandes compañías que han tenido dificultades para transformar un negocio muy transaccional a uno de valor. Infinigate ha crecido, pero no por el proceso de transformarse en una compañía distinta. Hemos crecido, tanto de manera orgánica como inorgánica, pero manteniendo el mismo ADN desde

hace años. Aunque en España seamos una compañía joven podemos afrontar cualquier proyecto. No tenemos ninguna limitación, ni técnica, ni financiera, ni de conocimientos, ni de sinergias... Por complejo que sea un proyecto, contamos con técnicos en alguno de los 36 países en los que estamos presentes con el conocimiento necesario. Contamos con una fuerte vocación tecnológica: siempre hemos sido una compañía de valor y por nuestras capacidades como corporación contamos con 160 fabricantes en el *portfolio*. Somos una compañía muy sexy para el fabricante.

¿Es posible diseñar en España un camino propio?

En el último año he puesto mucho empeño en crear una cultura corporativa y una identidad en Infinigate Iberia basada en la lealtad, la camaradería y la disciplina, valores en los que he basado mi vida profesional. Se trata de desarrollar una lealtad con nuestros fabricantes y *partners*, y una camaradería entre los compañeros, extensible, en la medida de lo posible, al ecosistema. Es nuestra filosofía de trabajo.

Marco Van Kaleveen, el CEO de la compañía,

impulsa algunas cosas que me gustan mucho. Además del *"digital first"*, para Infinigate es esencial el *"people first"* y ser una compañía *best place to work*. En definitiva, una compañía *"world class"*.

El pasado mes de abril, al finalizar el año fiscal de Infinigate, hacía balance en el InfiniDay y señalaba que la facturación de la filial ibérica alcanzó los 5 millones de euros. El objetivo para el presente año fiscal era duplicar esta cifra. ¿Se está en camino para lograrlo? ¿Qué balance se puede hacer del actual ejercicio?

Definé algunos grandes pilares en esa etapa inicial. El primero era construir el equipo y el segundo conformar la oferta que sigue siendo un desafío. Hay muchos fabricantes que quieren trabajar con Infinigate y a algunos hemos tenido

Entre los últimos que se ha incorporado está, por ejemplo, N-able, un fabricante muy bien posicionado dentro del grupo, con una herramienta de RMM, de monitorización, para gestionar de manera correcta la ciberseguridad y el *backup*. Se trata de una herramienta pensada para *partners* con un perfil MSP, un área clave para nosotros.

La ingeniería que hay detrás del *portfolio* es muy amplia. Hay que pensar con qué fabricantes, de esos 160 que conforman la oferta a nivel mundial, queremos trabajar en España. Y se trata de proveedores, muy importantes, que ocupan los principales puestos en el mercado de la ciberseguridad.

Entre los últimos acuerdos se incluye a Kaspersky; un fabricante con un canal muy con-

solidado que no ha modificado durante años. ¿Qué va a marcar la relación con esta marca?

Vamos a proporcionar aire fresco al canal de Kaspersky. Existió una consoli-

dación de su canal mayorista y con nuestra incorporación le damos acceso a nuevos clientes donde no está. Es un gran fabricante; de los mejores del mundo a nivel tecnológico. Ya hemos empezado a visitar a *partners* y a abrir nuevas colaboraciones para Kaspersky.

También Sonicwall; otra marca con un canal mayorista muy consolidado. Se trata de una marca que ha extendido su negocio, desde su foco tradicional en el cortafuegos, hasta otros apartados. Y con un claro foco en la pyme. ¿Cuál va a ser el objetivo con ella?

Este movimiento forma parte de una estrategia global que responde a una decisión vinculada con procesos muy potentes de consolidación. Infinigate lleva mucha ventaja en este tipo de procesos por nuestra capacidad de capilaridad que cubre muchos países.

Además de los fabricantes "puros" en el área de la ciberseguridad, que ha identificado como área clave, se cuenta con marcas como Ruckus, centrada en el área de las redes. ¿Qué aporta esta marca?

"En el último año se ha puesto mucho empeño en crear una cultura corporativa y una identidad basada en la lealtad, la camaradería y la disciplina"

que decirles, por el momento, que no es posible. A pesar de ser una compañía pequeña en España, Infinigate es una multinacional que opera en grandes países con una enorme facturación. Honestamente, no sé si vamos a conseguir duplicar la facturación al final de nuestro año fiscal pero sí vamos a lograr crecer en relación al año anterior aunque lo más importante ha sido la mejora en la calidad del modelo de gestión. Hemos decidido poner foco en la ciberseguridad, lo que nos ha permitido crecer con los fabricantes centrados en este mercado. Sin embargo, en nuestra oferta permanecen proveedores con foco en otros segmentos, como es el caso de las redes, con los que vamos a seguir colaborando aunque no sean nuestro foco prioritario, por respeto a nuestro ecosistema de canal. Esta decisión nos ha llevado a dejar de facturar en estas áreas lo que nos ha alejado de ese objetivo inicial.

En marzo del año pasado en la oferta estaban presentes 18 fabricantes. Este año hay 6 fabricantes más. ¿Qué marca su conformación? Contamos con alrededor de 24 fabricantes.

Con Ruckus tenemos un acuerdo europeo. Completa un espacio en la oferta y ofrece una solución tecnológicamente muy potente, con una muy buena relación entre la calidad y el precio que permite una diferenciación en el mercado. Por último, es fundamental el compromiso. Es una compañía que invierte en la relación con el mayorista.

Y, ¿cuáles van a ser los próximos pasos para conformar la oferta? ¿En qué áreas?

Tenemos que planificarlo. Sin desvelar nombres concretos, hay una apuesta por los servicios gestionados, por las capas de inteligencia artificial, por la tecnología MDR, por soluciones orientadas a los SOC y por productos que nos puedan permitir, tanto a Infinigate como a los *partners*, añadir capas de servicios.

Echando un vistazo al panorama de fabricantes y de la estrategia que "defienden", frente a los que se apoyan en un concepto de "plataforma", otros, muy numerosos, defienden una especialización en un área concreta. Desde el punto de vista del canal, ¿ambos presentan una igualdad de oportunidades? ¿No es más sencillo centrarse en ofrecer una única plataforma o la especialización en un área concreta tiene más "premio"?

La comercialización de soluciones que provean especializaciones o den respuestas concretas a problemáticas muy específicas siempre van a ser más rentables que las soluciones "horizontales". Es la disyuntiva entre el proveedor generalista y el especialista. Siempre comento a mi equipo que si aspiran a ser CEO de una compañía hay que ser especialistas en generalidades. Si esto se traslada al mercado de la ciberseguridad, todos los fabricantes que apuestan por tener una oferta muy elástica, con una cobertura muy amplia, cuando hay un problema muy es-

pecífico, con soluciones muy orientadas, por ejemplo, a una seguridad de muy alto nivel, es necesario buscar a compañías con un conocimiento más profundo en ese asunto concreto.



"Vamos a apostar por soluciones que nos pudieran permitir, tanto a Infinigate como a los *partners*, añadir capas de servicios"

En marzo del año pasado la red era de 450 *partners* y el objetivo era cerrar ejercicio con 500. ¿Qué perfil tienen estas compañías?

Buscamos *partners* que entiendan lo que quieren y que tengan conocimiento y especializa-

ción. Deben conocer el sector, saber lo que compran y diferenciar las tecnologías. Busco compañías activas, cercanas a nosotros y que entiendan lo que ofrecemos y cómo encaja en sus propuestas a sus clientes. Un *partner* que tenga capilaridad de llegar a clientes que se mueven en distintos mercados.

¿Se ha acercado el canal a Infinigate?

Sí. Muchos *partners* se han acercado. Hemos hecho un gran esfuerzo por contar nuestra trayectoria. El mercado español es increíble. Ha habido incluso grandes compañías que han mostrado su interés en trabajar con vosotros. Hay que tener en cuenta que muchas de ellas son compañías multinacionales que ya trabajan con Infinigate en otros países.

Clave en el despliegue del negocio en el canal son los servicios gestionados, ¿diría que es una fórmula que ya está ampliamente adoptado por el canal? Quien no sea capaz de arropar su propuesta con un servicio, ¿está abocado a desaparecer?

No sé si la palabra es desaparecer pero están dejando de ganar dinero. Hay una tendencia a consumir cualquier cosa como un servicio. Por tanto, abdicar de ello, como *partner*, es una decisión discutible porque niega una tendencia que es el futuro.

De cara al próximo año fiscal que comenzará el próximo mes de abril, ¿qué objetivos se plantean? ¿Qué le gustaría conseguir?

Me gustaría, sobre todo, consolidar nuestra marca como una compañía diferenciada en el sector, esa etiqueta "world class" que el sector reconozca. Vamos a consolidar ser una marca de primera clase. 🏆

La facturación acumulada superó los 8.200 millones de euros



El crecimiento del segmento del mayorero en España superó el 15 % en 2025

En un 15,1 % calcula la consultora Context el crecimiento del negocio que generaron los mayoristas en España el pasado año. Un baremo muy por encima del que manejaba la consultora que preveía que el ascenso se movería entre el 3 y el 4 %. Todo el ejercicio se abonó al ascenso: un 20 % en el primer trimestre, un 8 % en el segundo e idéntico crecimiento, un 16 %, en la segunda parte del año. La facturación acumulada superó los 8.200 millones de euros. Los negocios consagrados al valor y al volumen crecieron casi en idéntica proporción: un 16 % el primero, que genera el 36 % de la facturación; y un 14 % el segundo.

 Marilés de Pedro

Canales

En lo que se refiere a los canales, los distribuidores que se dirigen a la pyme han visto crecer su negocio todo el año con crecimientos del 29 %, el 13 %, el 11 % y un 14 %, respectivamente. En el global exhiben un ascenso del 16,4 % y se mantiene como el apartado con más peso en el negocio: el año pasado generó más de 3.000 millones de euros.

El área de los *corporates resellers*, que se encargan de abastecer a los mercados de las medianas y las grandes cuentas, también marcan ascensos a lo largo de todo el año, lo que supone una enorme recuperación en relación a lo que pasó en 2024, con una cifra final de crecimiento del 13,9 %. Su trayectoria, claramente de menos a más, señala crecimientos del 12 %, 1 %, 12 % y 26 % en los sucesivos trimestres. La facturación de más de 2.400 millones de euros sitúa al sector como la segunda área de mayor negocio.

Las cadenas de tiendas, que exhiben el mayor crecimiento del sector, con un 19,2 %, señalan muy buenas cifras positivas en todos los trimestres con

Comportamiento de los canales en España



Facturación

Crecimiento

	Facturación	Crecimiento
	8.203.054.001	15,1%
Small and Medium Reseller	3.052.221.050	16,4%
Corporate Reseller	2.403.252.943	13,9%
Retail Chain	2.094.321.532	19,2%
Etailer Consumer	591.260.806	2,8%
Etailer Business	61.997.670	-2,7%

El negocio de los distribuidores que se dirigen a la pyme crece un 16,4 % y se mantiene como el apartado con más peso en el negocio

ascensos del 21 %, 8 %, 33 % y 15 %, respectivamente. Estos distribuidores generaron más de 2.094 millones de euros.

La trayectoria del negocio de los etailers que se dirigen al consumo solo pinchó en el último trimestre, lo que les concedió una cifra global de ascenso del 2,8 % y por encima de los 591 millones de euros. Tras mantener ascensos en los primeros nueve meses (11 %, 8 % y 7 %) en el último tramo descendió un 9 %.

Por último, el segmento de los etailers que se dirigen al negocio profesional ha sido el único sector que decreció: un 2,7 %, con una facturación cercana a los 62 millones de euros. Tras el ascenso del 5 % del primer trimestre, decreció en el segundo (15 %) y en el tercer trimestre (17 %). En el que cerró año creció un 17 %.

Sectores industriales

En el análisis de los sectores industriales, el que mejor comportamiento tuvo fue los servidores, que elevaron su negocio un

este entorno del PC un 4,7 %.

También crecieron los discos duros un 13,9 %, los monitores un 7,9 % y los componentes un 10 %. El área de las redes, tras un par de ejercicios complicados, ve crecer sus soluciones un 10,7 %.

En el ámbito de la impresión, las máquinas exhiben un crecimiento del 1,3 % y los consumibles un 1,9 %.

36,6 %. Tras él, las telecomunicaciones, que incluyen los teléfonos inteligentes, con un 23,4 %; el negocio identificado con el centro de datos, con un 19,8 %; las garantías y servicios, con un 18,2 %; y el de software y licencias, que creció un 17,1 %.

Buenas noticias en el área de la movilidad, que sigue siendo el apartado que más pesa (un 18 %): creció un 14,8 % en 2025. También el PC de sobremesa creció: en este caso un 16,5 % y los accesorios vinculados con

Análisis de los sectores en España



Peso en la facturación

Crecimiento

	Peso en la facturación	Crecimiento
	100,0%	15,1%
Mobile Computing	18,0%	14,8%
Telecommunications	17,2%	23,4%
Software and Licences	16,9%	17,1%
Displays	5,7%	7,9%
Warranties and Services	5,6%	18,2%
Printing Consumables	4,2%	1,9%
Computing Components	4,0%	10,0%
Disk Storage	3,5%	13,9%
Desktop Computing	3,1%	16,5%
Networking Systems	2,7%	10,7%
Server Computing	2,2%	36,6%
Printing	2,1%	1,3%
Computing Accessories	2,0%	4,7%
Audio-Video Systems	1,8%	-11,8%
Data Center Networking and Security	1,6%	19,8%

EN PROFUNDIDAD

El único segmento que decreció fueron los sistemas de audio y vídeo profesional con un retroceso en su facturación del 11,8 %.

Categorías de producto

El buen comportamiento del área del software se ve reflejado en los distintos tipos de software. El vinculado con la virtualización es el que mejor crecimiento exhibe, un 42,8 %. También creció el software de gestión del dato un 28,5 % y el de seguridad un 25,6 %. El único que decreció fue el de las aplicaciones ofimáticas: un 0,4 %. Los portátiles crecieron un 15,3 %, las tabletas un 10,7 %, los teléfonos inteligentes un 24,2 % y los PC de sobremesa un 16 %. Por su parte, el negocio de los procesadores descendió un 21,6 % mientras que los servi-

Comportamiento de los canales en España



	Q1	Q2	Q3	Q4
Totales	20%	8%	16%	16%
Small and Medium Reseller	29%	13%	11%	14%
Corporate Reseller	12%	1%	12%	26%
Retail Chain	21%	8%	33%	15%
Etailer Consumer	11%	8%	7%	-9%
Etailer Business	5%	-15%	-17%	17%

Las cadenas de tiendas exhiben el mayor crecimiento del sector, con un 19,2 %

dores elevaron su facturación un 38,4 %. En el área de las pantallas, los monitores crecieron un 2,1 % y las soluciones de gran formato un 17,7 %. Las soluciones vinculadas con las redes se apuntan al crecimiento: un 22 % crecieron los routers y un 3,3 % los switches.

Síguenos en **LinkedIn**
y no te pierdas la
actualidad del canal
de distribución

linkedin.com/company/newsbook

twitter.com/newsbook_tai

facebook.com/newsbooktai

Newsbook.es

La subida en los módulos de memoria protagoniza la escasez del mercado de los componentes



Más previsión, flexibilidad y diversificación: la industria TIC trata de responder a los problemas de suministro

Toda gran revolución lleva implícita grandes desafíos y la "irrupción" de la inteligencia artificial no es una excepción. Su adopción masiva ha generado una demanda sin precedentes en el mercado, lo que ha generado una escasez y un incremento significativo en los costes de componentes claves como las memorias (DRAM y NAND) o los procesadores. Una crisis de suministro que ya se vislumbró en la segunda parte de 2025 y que se espera que se prolongue durante 2026 e, incluso, más allá. Una situación que no solo va a impactar en el ciclo de innovación y en la estrategia de los fabricantes: ya se perciben sus consecuencias en el precio, que se ha elevado considerablemente. No es la primera vez que la industria se enfrenta a problemas de suministro y fabricantes y mayoristas se preparan para hacerla frente.

 Marilés de Pedro

R

epaso a la situación

La alta demanda, que ha llevado a la escasez, también ha

conducido a que la capacidad productiva se esté centrando en los *chips* de alta gama. La producción de memorias de alto ancho de banda (HBM) y DDR5, esenciales para los aceleradores de IA y los servidores de alto rendimiento, está desplazando la fabricación destinada a los mercados más convencionales. Los grandes modelos de IA y los centros de datos requieren cantidades masivas de DRAM y memoria especializada. Según estimaciones del sector, en 2026 los centros de datos

podrían llegar a consumir hasta el 70 % de toda la memoria producida, dejando al mercado tradicional de los PC, los dispositivos móviles e, incluso, la automoción, en una posición secundaria.

memorias de alta densidad destinadas al mercado del *gaming* y a las estaciones de trabajo, e incluso un incremento en el coste de DDR4 *legacy* debido al cese progresivo de su producción. Todo ello en un contexto en el que las fábricas prefieren contratos a largo plazo con grandes compradores de IA, que conceden una mayor rentabilidad y conceden más estabilidad.

En algunos segmentos, las memorias
DRAM acumulan incrementos
superiores al 50 %, mientras que el
ascenso de NAND Flash supera el 40 %

podrían llegar a consumir hasta el 70 % de toda la memoria producida, dejando al mercado tradicional de los PC, los dispositivos móviles e, incluso, la automoción, en una posición secundaria.

Esta priorización tiene efectos como un mayor racionamiento del suministro en el mercado del PC, con mayores restricciones en las me-

mentos, las memorias DRAM acumulan incrementos superiores al 50 %, mientras que el ascenso de NAND Flash supera el 40 %. Un

Altos precios

La consecuencia más visible de este desequilibrio es el aumento de los precios. En algunos segmentos, las memorias DRAM acumulan incrementos superiores al 50 %, mientras que el ascenso de NAND Flash supera el 40 %. Un

impacto que no se limita a la memoria: CPU, GPU y otros componentes críticos también sufren tensiones de suministro y costes crecientes. "El impacto en los precios ya es visible, especialmente en las memorias", reconoce Salvador Cayón, director de canal de HP. Esta presión continuará a lo largo de 2026 y acabará reflejándose, al menos en parte, en el precio final de los productos. Sin embargo, no se tratará de una subida permanente. "El mercado de los semiconductores ha demostrado, de manera histórica, una gran capacidad de ajuste. Una vez que la oferta se equilibra con la demanda, los precios se estabilizarán, aunque es poco probable que volvamos a los niveles previos a la crisis en el corto plazo", analiza.

La ampliación de la producción, que ha conducido a la construcción de nuevas fábricas en Estados Unidos, Taiwán o Corea, no aliviará, en el corto plazo, esta situación ya que estarán operativas, como pronto en 2028.

¿Por qué?

Estas dificultades en el suministro son el resultado de una combinación de factores que se han ido acumulando en los últimos años, pero que ahora se han combinado de una manera explosiva y bastante imprevista. "La elevada concentración de la producción de determinados

componentes claves en regiones y proveedores muy concretos, la eclosión absoluta de los centros de datos destinados a la IA, unido a la creciente inestabilidad geopolítica, especialmente entre China y Taiwán, han puesto de manifiesto la fragilidad de las cadenas de suministro globales", apunta Gonzalo Romeo, *country manager* de Fsas Technologies. A esto

La experiencia de los últimos años ha puesto en valor la necesidad de contar con cadenas de suministro más resilientes

se suman factores externos como la volatilidad en los costes energéticos y en el transporte. Desde Acer, Jaime Pausas, director de marketing, reconoce que el impacto ya se ha notado en una escasez y subida de costes, pero relativiza la situación: "Es un año retador que puede afectar a los costes y la disponibilidad, pero estas fluctuaciones son comunes en nuestro segmento; no es nada que no hayamos vivido antes". Aun así cree que esta situación "se prolongará durante todo 2026". Para aliviarlo, en el fabricante, en sintonía con sus proveedores, están tratando de optimizar los inventarios para "asegurar el suministro de nuestras soluciones".

Estrategias para asegurar el suministro

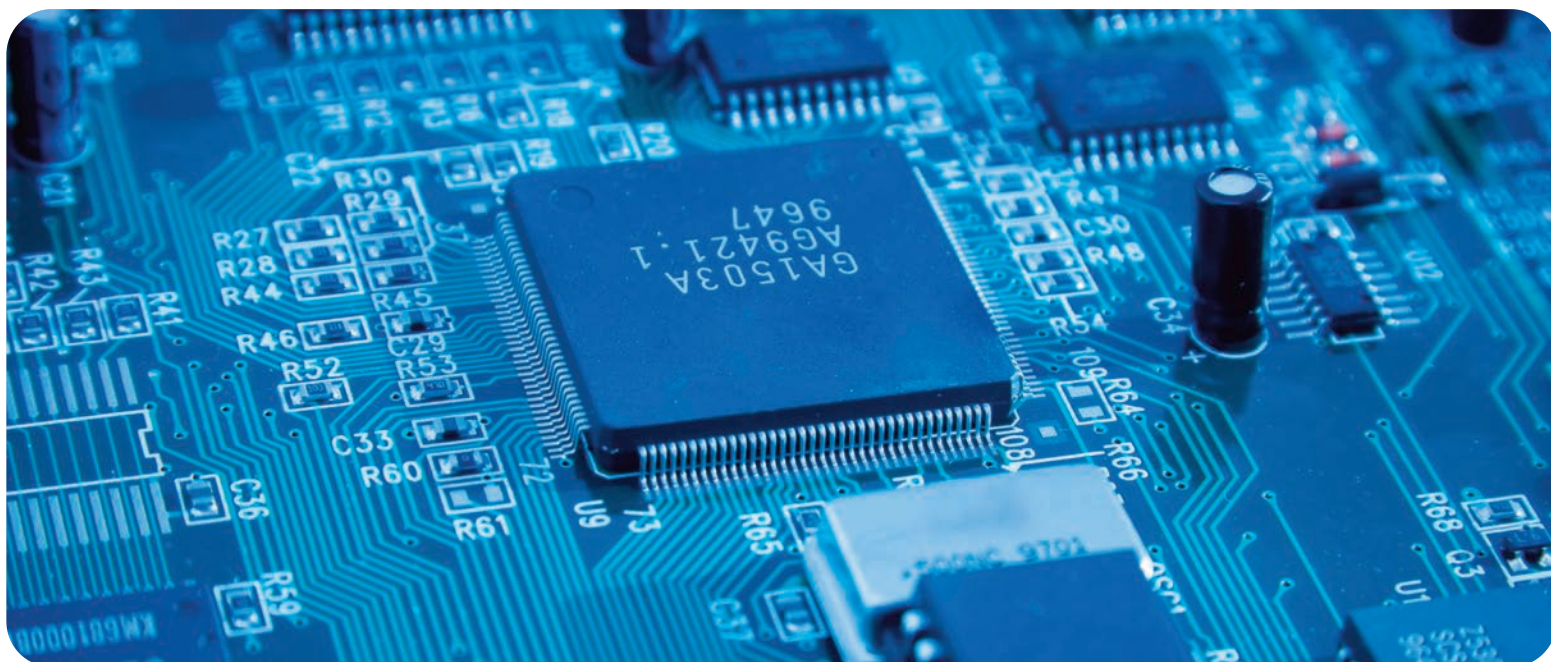
Ante este escenario, fabricantes y mayoristas están reforzando sus estrategias de planificación y resiliencia. En Fsas Technologies apuestan por una gestión del suministro más anticipativa y coordinada, basada en unas previsiones a medio plazo y una comunicación

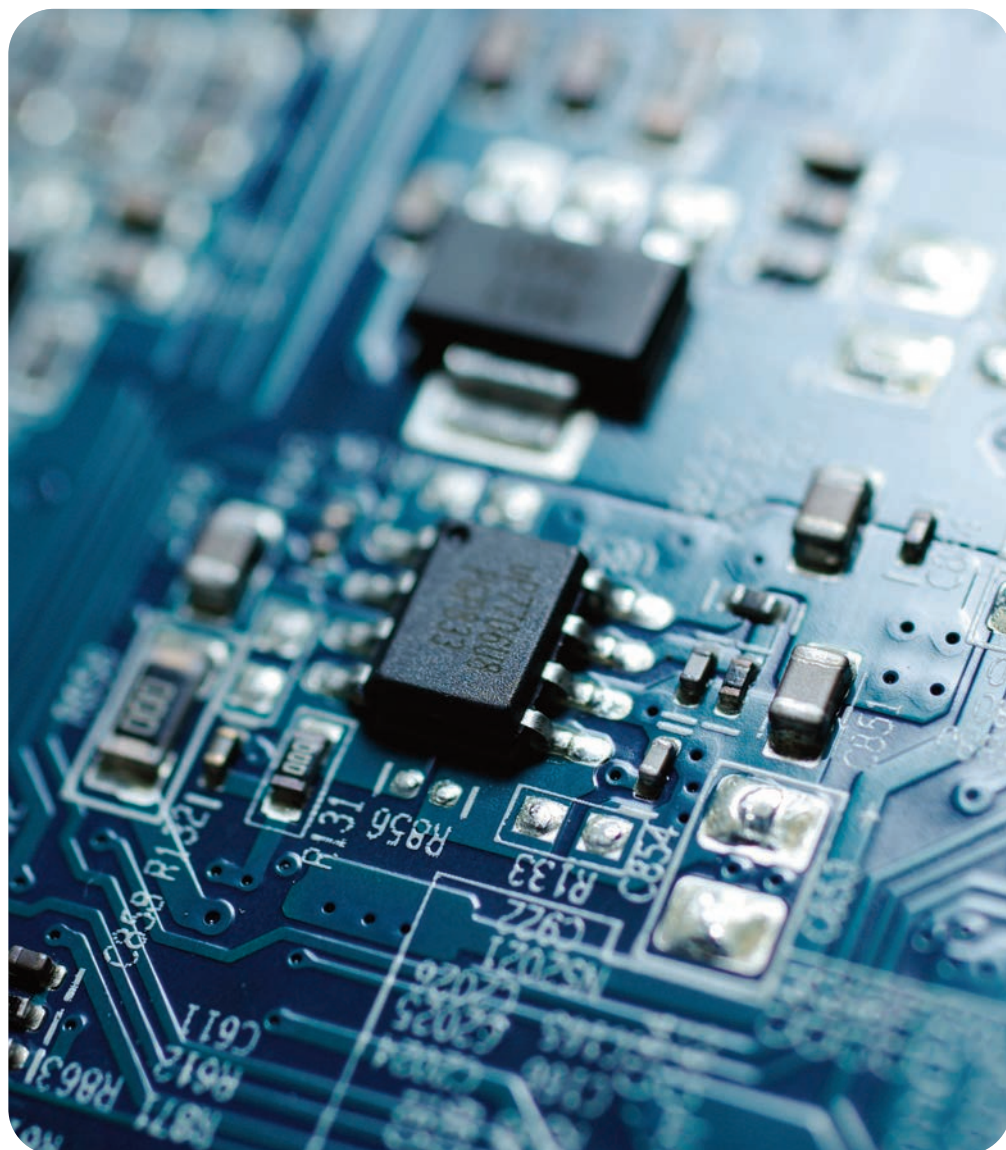
constante con el canal y los clientes finales, "ofreciendo información realista sobre plazos y alternativas disponibles", puntualiza Romeo.

Lenovo, por su parte, destaca su enfoque multifuente y su huella de fabricación global. "Contamos con una estrategia

que abarca múltiples fabricantes de componentes y una cadena de suministro intrínsecamente flexible", señala Patricia Núñez, directora de la división de PCSD. "Nuestro modelo ODM+, con más de 30 fábricas en 10 mercados, junto con inventarios saludables, una disciplina operativa rigurosa y una compra anticipada, nos permite navegar este entorno de mayores costes".

HP coincide en la necesidad de reforzar la resiliencia y reducir los riesgos: "Hemos llevado a cabo una diversificación geográfica, para reducir la dependencia de un único país o una región, y hemos fortalecido las relaciones a largo plazo con proveedores claves. Además mante-





nemos una gran flexibilidad en las configuraciones y en la planificación de producto, de modo que podamos adaptarnos con rapidez a la disponibilidad real de los componentes", apunta Cayón. "Estas medidas no eliminan las tensiones, pero nos permiten gestionarlas de forma mucho más eficaz".

Diversificación regional

La experiencia de los últimos años ha puesto en valor la necesidad de contar con cadenas de suministro más resilientes, capaces de adaptarse a escenarios imprevistos sin comprometer la continuidad del negocio. "La diversificación regional aparece como una tendencia que se consolidará progresivamente", explica Romeo. "No se trata de abandonar los modelos actua-

les, sino de equilibrarlos para reducir dependencias excesivas de determinadas regiones y ganar capacidad de reacción".

"Europa tiene ante sí un auténtico reto de abordar este problema potenciando la aparición de fabricantes europeos"

En este contexto, también se abre un debate sobre la necesidad de nuevos actores en la cadena de suministro. "Europa tiene ante sí un auténtico reto de abordar este problema potenciando la aparición de fabricantes europeos", concluye el *country manager* de Fsas Technologies.

¿Qué pasa con la oferta?

Pese a las tensiones, los grandes fabricantes descartan frenar sus hojas de ruta. Lenovo no anticipa cambios drásticos en el diseño de sus equipos ni aplazamientos de lanzamientos; incluso prevé un crecimiento de dos dígitos en los envíos de PC con IA durante 2026. En el área de la infraestructura, la compañía avanza con su *portfolio* "Blackwell-ready" y servidores ThinkSystem V4, apoyándose en diseños flexibles. Patricia Núñez señala que para el mercado chino, Lenovo ha implementado un diseño de sistema flexible "1+3+N" que soporta múltiples CPU (Intel, AMD y proveedores locales) y opciones de GPU. "Con ello aseguramos la resiliencia de la cadena de suministro y mantenemos nuestra competitividad frente a las incertidumbres geopolíticas".

Salvador Cayón comparte esa visión: "La escasez nos obliga a ser más selectivos, pero no a frenar la innovación". En algunos casos HP va a priorizar gamas y propuestas de mayor valor, como los equipos preparados para IA, optimizando las configuraciones para garantizar la disponibilidad. "Más que reducir prestaciones, se trata de optimizar diseños y combinaciones de componentes para asegurar la continuidad de la oferta".

Cayón prevé que a lo largo de este año se observará una mejora progresiva en la disponibilidad, aunque con una evolución desigual según el tipo de componente. "Las memorias, especialmente DRAM avanzada y HBM, seguirán siendo los elementos más tensionados", puntualiza. En procesadores, la situación será

más estable, aunque también se verá presión en determinadas gamas de alto rendimiento.

El papel clave de los mayoristas

En el canal, los mayoristas desempeñan un rol crítico para amortiguar el impacto.

TD SYNnex apuesta por la planificación conjunta y la diversificación de marcas, capacidades y formatos, "ofreciendo alternativas viables cuando un SKU concreto no está disponible", explica Luis Pires, vicepresidente de *endpoint solutions* y *specialized solutions* en la filial ibérica. "Vamos a dar al canal un asesoramiento para diseñar configuraciones más



ajustadas a la disponibilidad, con el fin de minimizar los retrasos en proyectos de cliente final". La inminente inauguración de su nuevo centro de Alovera con 47.000 m² de superficie de almacenaje y 14 metros de altura, "multiplica nuestra capacidad de mantener un stock estratégico de componentes críticos y nos permitirá gestionar mejor la cadena de suministro".

En el caso de MCR, su CEO, Pedro Quiroga, explica que han trabajado en diversificar proveedores y reforzar sus stocks estratégicos. "Seguimos viendo tensiones en componentes específicos y demoras en algunos productos, especialmente en categorías como el almacenamiento o en determinadas gamas de portátiles".

En V-Valley, el foco está en el entorno del centro de datos al ser uno de los más sensibles a estas tensiones (servidores, soluciones de HCI, almacenamiento y componentes críticos). "Vamos a tratar de anticiparnos a los problemas de disponibilidad, priorizado las categorías más

críticas y optimizando nuestros procesos logísticos para elevar la eficiencia en toda la cadena". El objetivo es garantizar la continuidad del canal "especialmente en aquellos proyectos de infraestructura en los que la fiabilidad, el cumplimiento de los plazos y la calidad del servicio son elementos claves", explica Hugo Fernández, consejero delegado del mayorista.

"La escasez nos obliga a ser más selectivos, pero no a frenar la innovación"

¿Qué partners se verán más afectados?

El impacto de la escasez de memoria y otros componentes críticos no será homogéneo en el canal. Según coinciden los principales mayoristas, los *partners* más expuestos serán aquellos cuya actividad depende directamente de la disponibilidad inmediata de componentes concretos o de ciclos de entrega muy ajustados.

Luis Pires apunta que la presión será especialmente notable en los ensambladores de PC y configuradores de equipos a medida. "La escasez de módulos DRAM de mayor capacidad y últimas generaciones, así como de SSD de gran capacidad, afectará de manera diferenciada según el perfil de cada *partner*", explica. "Los más vulnerables serán aquellos con menor ca-

pacidad de planificación y modelos basados en inventarios *just-in-time*, ya que la volatilidad de precios presionará directamente sus márgenes". También los revendedores orientados al con-

sumo y a la pequeña empresa, donde el precio es un factor clave, podrían ver limitada su capacidad de respuesta.

Una visión similar tienen en MCR, donde advierten de que la tensión en la cadena de suministro golpea con más fuerza a quienes operan con estructuras logísticas menos robustas o con ciclos de entrega muy ajustados. "Un retraso en el suministro puede frenar directa-

mente la entrega al cliente final", señala Pedro Quiroga, especialmente en proyectos cerrados con calendarios muy ajustados.

En el ámbito de la infraestructura, el impacto puede ser aún mayor. Desde V-Valley subrayan que los *partners* con una alta dependencia de determinadas gamas o con proyectos que requieren una disponibilidad inmediata y altos volúmenes serán los más afectados. También los que operan con niveles de inventario muy ajustados. "Las con-

mercializar los PC. "El sector está realizando esfuerzos relevantes en planificación y coordinación para mitigar los efectos".

Recomendaciones al canal: anticiparse y ser flexible

Más allá del diagnóstico, todos los mayoristas coinciden en un mensaje claro al ecosistema de *partners*: anticiparse y ser flexible será clave durante 2026.

los proyectos con más antelación y mantener una comunicación constante con el mayorista puede marcar la diferencia en un entorno de tensión prolongada. "También hay que observar alternativas de productos o soluciones equivalentes sin comprometer la calidad".

Hugo Fernández plantea esta anticipación como una oportunidad estratégica. "Cuando los *partners* comparten sus planes y construimos juntos la estrategia, somos capaces de transformar la




"Las configuraciones que dependen de componentes con *lead times* prolongados —como CPU, memorias, controladoras o *networking* de alto rendimiento— están sometidas a una mayor presión"

figuraciones que dependen de componentes con *lead times* prolongados —como CPU, memorias, controladoras o *networking* de alto rendimiento— están sometidas a una mayor presión", recuerda Fernández. También se verán afectados aquellos integradores que "operan con plazos de entrega muy ajustados o que requieren configuraciones *"buildtoorder"*.

Por su parte, Herminio Granero, director ejecutivo en Ingram Micro, insiste en que las tensiones actuales se concentran, sobre todo, en componentes concretos como las memorias y los procesadores lo que, a su juicio, impacta más en el ecosistema que se encarga de co-

Luis Pires apuesta por compartir las previsiones de demanda con la mayor antelación posible para trabajar conjuntamente con los fabricantes y asegurar la disponibilidad.. "La flexibilidad en configuraciones y especificaciones técnicas permitirá ofrecer alternativas al cliente final sin comprometer la calidad del proyecto", apunta. También insiste en la importancia de mantener una comunicación proactiva con los clientes finales, informando de plazos realistas y posibles fluctuaciones de precios, y en diversificar hacia servicios de valor añadido más allá del hardware. Pedro Quiroga lo resume de forma directa: "La recomendación es clara: anticiparse". Planificar

incertidumbre en oportunidades reales", explica. "Prever la demanda, diversificar tecnologías y apoyarse en los equipos de preventa permite mantener proyectos vivos incluso cuando el mercado se tensa".

Herminio Granero insiste en la anticipación y en la planificación, alertando de la volatilidad del entorno. "Nos encontramos en un escenario sujeto a cambios rápidos, donde factores como las tensiones comerciales o los aranceles pueden evolucionar con poca previsibilidad", señala. "Contemplar distintos escenarios y prepararse para ellos con antelación será fundamental". 

El acuerdo contempla la formación tanto *online* como presencial

Microsoft y Hostelería de España sellan una alianza para facilitar la incorporación de la inteligencia artificial en el sector hostelero

Microsoft y Hostelería de España, con la colaboración de Allbit Solutions e Ingram Micro, han alcanzado un acuerdo para impulsar la digitalización de las empresas del sector hostelero. Esta alianza facilitará a más de 300.000 empresas el acceso, en condiciones especiales, a Microsoft 365 y a las ventajas de la inteligencia artificial con Copilot.



Rosa Martín

Hostelería de España es la confederación empresarial de hostelería que se fundó en 1977 y que agrupa a más de 60 organizaciones, representando a más de 300.000 empresas. Este sector emplea a 1,85 millones de personas y su volumen de negocio asciende a 157.379 millones de euros, lo que supone una aportación al PIB nacional de un 6,7 % en términos de valor añadido.

El acuerdo alcanzado con Microsoft pondrá a disposición de las empresas hosteleras, a través del trabajo conjunto de Allbit Solutions e Ingram Micro, y de los *partners* de la red de distribución del proveedor, la tecnología de

Microsoft 365 y Copilot con el fin de que puedan mejorar su competitividad y transformar sus negocios.

Esta alianza persigue impulsar la digitalización de las empresas del sector de la hostelería que avanzan en este proceso a un ritmo desigual por su tamaño y especialidad. Emilio Gallego, secretario general de Hostelería de España, señala que en el sector tienen un peso muy importante las pymes y las empresas familiares, que tienen dificultades para acceder a las herramientas de digitalización.

A pesar de esta problemática, existe una oportunidad para el desarrollo de soluciones que les permitan mejorar su rentabilidad. El directivo confía en que el sector hostelero siga incorporando soluciones que le permita "mejorar sus procesos de gestión e integrar inteligencia artificial" con el ob-

jetivo de "la búsqueda de rentabilidad y el valor añadido".

El último informe ConectadHOS, que elabora Hostelería de España

para conocer el nivel de implantación de la tecnología en este sector, refleja que el 86 % de las empresas tiene interés en conocer lo que le puede aportar la tecnología y la inteligencia artificial para mejorar su ope-

Hostelería de España tendrá a su disposición condiciones especiales de licenciamiento

rativa. Esta expectativa es la base en la que sustenta esta alianza ya que Hostelería de España tiene como misión ayudar a la industria hostelera a mejorar sus procesos y su competitividad.

Tecnología de Microsoft

Microsoft ofrece a las empresas del sector hostelero su tecnología que les permite ganar tiempo y eficiencia en numerosas tareas. Microsoft 365, Copilot y Copilot Chat proporcionan a las empresas capacidades avanzadas para conseguir una gestión más ágil de su negocio. Fabiano Finamore, director de ventas en Europa de Microsoft, recalca que "Microsoft tiene una inteligencia artificial sostenible basada en el talento humano" y destaca que no hace falta comenzar por un gran proyecto, el primer paso puede ser utilizar su solución gratuita Copilot Chat que permite desarrollar de manera segura un trabajo de inteligencia artificial para posteriormente profundizar con otra solución más completa. "Microsoft con Copilot indica que la tecnología no es un lujo", insiste.

Las empresas de hostelería encontrarán numerosos beneficios al in-

Casos de uso

Allbit Solutions ya cuenta con casos de uso que sirven de ejemplo de las ventajas que aporta la tecnología de Microsoft a las empresas de este sector. Uno de ellos es el de la propia Hostelería de España que ha adoptado Microsoft 365 con el objetivo de trabajar en un entorno protegido con controles adecuados y trazabilidad, un aspecto especialmente relevante para el cumplimiento y las certificaciones como ISO 27001. La solución y los servicios gestionados de ciberseguridad han permitido la resolución de 583 incidentes o alertas de seguridad. La entidad también ha incorporado Microsoft 365 Copilot desde hace un año, lo que ha permitido implantar la IA de manera progresiva, con un registro de 1.000 *prompts* al mes.

Otro ejemplo es el de la Federación Provincial d'Hostaleria de Lleida que ha mejorado su seguridad comenzando con una auditoría de Microsoft 365. La revisión integral ha evaluado el estado de la seguridad y ha incluido recomendaciones. El proyecto continuará con las mejoras de seguridad, la migración de la información a Microsoft 365 y el uso de Teams para comunicaciones internas y externas. El Café Iruña, ubicado en Pamplona, ha implantado Microsoft 365 y ha reforzado la seguridad. Tras la puesta en marcha, migración y aseguramiento inicial del entorno, se implantó un

modelo de ciberseguridad gestionada: monitorización, respuesta a alertas e iniciativas de mejora continua.

En un informe de seguridad de Microsoft 365 elaborado por Allbit Solutions, en un periodo de trabajo (octubre-noviembre 2024) el Microsoft Secure Score evolucionó de 529,0 a 804,81 (mejora de +275,81), subiendo del 69,88 % al 77,68 % del máximo.

en la demanda, optimizar inventarios y ahorrar tiempo para dedicárselo a los clientes.

Microsoft 365 integra capacidades de seguridad, lo que facilitará proteger la información, evitando fugas de datos y suplantaciones de identidad. Al mismo tiempo, todas las herramientas colaborativas que incluye fomentarán la profesionalización del personal, la formación y el intercambio de buenas prácticas entre los establecimientos.

Microsoft, consciente de las dificultades que tienen las pequeñas empresas para acceder a la tecnología, ha preparado ofertas especiales para que sea más fácil disfrutar de estas ventajas. Dentro de este acuerdo, Hostelería de España tendrá a su disposición condiciones especiales de licenciamiento

corporar Microsoft 365, Copilot y Copilot Chat. Por ejemplo, podrán automatizar tareas repetitivas como la gestión del correo electrónico, la elaboración de ofertas, la realización de informes o la elaboración de menús. También la inteligencia artificial les ayudará a analizar los datos con el fin de reducir costes y desperdicios, tomar mejores decisiones ante cambios




José Luis Álvarez Almeida, presidente de Hostelería de España, y Fabiano Finamore, director de ventas en Europa de Microsoft



Directivos de Hostelería de España, responsables de Microsoft y miembros del equipo de Ingram Micro y Allbit Solutions

En esta tarea contará con el soporte de Ingram Micro. Raúl García, *cloud vendor manager* de Ingram Micro, añade que el trabajo conjunto y alineado entre todos los actores tecnológicos comienza con "la seguridad porque a partir de ahí se puede desarrollar una ruta adaptada a cada tipología de empresa, rol o escenario para introducir la tecnología".

Con este apoyo, Allbit Solutions se convertirá en el compañero de viaje de cada empresa desde el licenciamiento hasta la gestión con sus servicios. Además, se encargará de dar a conocer las ventajas de la tecnología a las empresas hosteleras a través de la formación, que desarrollará junto con Microsoft, que incluye desde píldoras *online* hasta sesiones presenciales.

Este trabajo conjunto será uno de los factores principales para una óptima ejecución del acuerdo y llegar a todas las empresas hosteleras. Según indican los dos responsables, la difusión de las ventajas y condiciones del acuerdo y mostrar a los establecimientos hosteleros cómo la incorporación de la inteligencia artificial con Copilot les permite mejorar su actividad diaria serán fundamentales para alcanzar el éxito de este proyecto, que pretende llegar a todas las organizaciones empresariales de hostelería del territorio nacional. 

Microsoft 365, Copilot y Copilot Chat proporcionan a las empresas capacidades avanzadas para conseguir una gestión más ágil de su negocio

Allbit Solutions e Ingram Micro

En el desarrollo de esta iniciativa Allbit Solutions, una compañía especialista en infraestructura, ciberseguridad e inteligencia artificial sobre la tecnología de Microsoft, jugará un papel clave. Aportará su conocimiento y especialización en el sector hotelero y de restauración para que las empresas puedan mejorar su digitalización e incorporar la inteligencia artificial con Microsoft 365 y Copilot. Se encargará de guiar a las empresas de hostelería en todo el proceso. El primer paso, según explica José Burgos, director de Operaciones de Allbit Solutions, será asesorarles sobre las soluciones y licencias más adecuadas para sus necesidades. Y, posteriormente, les ayudará a implantar y gestionar la tecnología. "Les vamos a ayudar con la puesta en marcha, con la migración de la información que tengan en otras plataformas a Microsoft 365 y con la seguridad de ese entorno", resume.




La asociación presenta su Agenda Digital 2026-2030

AMETIC quiere posicionar a España como *hub* tecnológico europeo




AMETIC ha presentado su Agenda Digital 2026-2030, una hoja de ruta que aspira a reforzar la competitividad de España y consolidar su liderazgo tecnológico en Europa. Concebida como una visión de país orientada a la acción, la iniciativa apuesta por la adopción efectiva de tecnologías esenciales, la innovación y la colaboración público-privada para afrontar los retos económicos y sociales del siglo XXI.

 Bárbara Madariaga

dial, pero creemos que hay mérito en aislarse y hacer una propuesta pragmática donde pongamos el foco en la ejecución de las medidas y en los resultados reales". El ejercicio involucró a toda la asociación, con la participación de 22 comisiones especializadas en tecnologías avanzadas, sectores productivos y desafíos transversales. "No se trata solo de estrategias, sino de impacto real: escucharéis mucho la palabra adopción, porque quien adopte inteligentemente las tecnologías liderará la siguiente ola". Morillo explicó que la Agenda se articula sobre tres pilares: competitividad, estado de bienestar y liderazgo tecnológico. "La competitividad pasa por una adopción acelerada de tecnologías avanzadas, incorporándolas al tejido productivo; el estado de bienestar se amplía al sector público y a la prestación eficiente

de servicios; y el liderazgo tecnológico busca que España lidere en sectores estratégicos mediante innovación y autonomía estratégica". Además, subrayó la importancia de capacitar al sector público, recualificar talento, crear ecosistemas de datos, fomentar la inversión estratégica, modernizar la contratación pública, priorizar calidad frente a precio y simplificar la normativa para pymes.

La Agenda identifica áreas prioritarias como salud digital, ciudades inteligentes, movilidad sostenible, industria 4.0, servicios digitales, agricultura y sector público, y define políticas transversales de innovación, sostenibilidad, talento y digitalización.

Celestino García, director general de AMETIC, presentó la propuesta de modelo de gobernanza para el seguimiento de la Agenda. "Proponemos la creación de un comité bajo la Organización de la Administración General del Estado que incluya a agentes sociales, especialistas de la industria digital y representación de toda la actividad económica y empresarial", explicó. García precisó que el modelo busca fomentar la colaboración público-privada, público-público y privada-privada, la co-creación de políticas y el intercambio de buenas prácticas. 

A

METIC acaba de presentar su Agenda Digital 2026-2030, una hoja de ruta destinada a reforzar la competitividad del país y consolidar su papel como referente tecnológico en Europa. Francisco Hortigüela, presidente de la or-

ganización, destacó que "esta agenda no es un documento técnico ni un catálogo de medidas, sino una visión país que articula ambición y acción".

Según Hortigüela, la iniciativa busca dar continuidad a los proyectos de digitalización impulsados en la etapa pospandémica y preparar a España frente a los retos del siglo XXI. "No solo representamos a la industria digital, sino también a universidades, asociaciones sectoriales y empresas de demanda que invierten en tecnología", añadió, subrayando la necesidad de reforzar la autonomía estratégica en áreas como inteligencia artificial, computación cuántica, robótica y semiconductores, mientras se aprovechan los fondos europeos de recuperación y se fomenta la innovación.

Jorge Morillo, presidente de la Comisión de Estrategia y Agenda Digital de AMETIC, detalló la metodología del documento y el enfoque pragmático del proyecto. "Con este proyecto hay mucho ruido a nivel mun-

La colaboración público-privada y el talento, ejes de la Agenda Digital de AMETIC

El *backup* ya es una tecnología implantada en la empresa española



Backup, inmutabilidad y ciberresiliencia: tridente para la protección del dato

La aceleración de los procesos de digitalización de las empresas, el crecimiento exponencial del volumen de información, la necesidad de reforzar la resiliencia frente a los ciberataques y fallos de sistemas, y la obligatoriedad de cumplir con las normativas siguen posibilitando la plena vigencia del *backup*. Una tecnología, último fortín frente al *ransomware*, que se mantiene a la cabeza de las amenazas, pero que debe entenderse, para ofrecer una estrategia de ciberseguridad completa, con soluciones de prevención, detección y recuperación, para garantizar a las empresas su continuidad del negocio.

 Marilés de Pedro

Se trata de una tecnología que, a pesar de su madurez, ha recuperado todo su glamour tecnológico. Ha dejado de ser un gasto operativo para convertirse en un pilar estratégico de continuidad y ciberresiliencia. Ahora bien, los expertos coinciden: no basta con almacenar co-

“Hoy es impensable que una copia de seguridad pueda modificarse o eliminarse; hace años no se consideraba crítico”

pias de seguridad; la clave está en garantizar la recuperación rápida y fiable de los servicios críticos. Se prevé que el tamaño del mercado global de software de respaldo y recuperación empresarial alcance los 8.960 millones de dólares este año y crezca hasta los 17.960 millones en 2035 con una tasa anual compuesta del 7,2% de 2026 a 2035.

Backup versus ransomware

Las copias de seguridad, tradicionalmente observadas como un mecanismo técnico de recuperación, se han transformado en un elemento central de la continuidad del negocio. "No se trata solo de almacenar copias, sino de garantizar que la organización pueda seguir operando cuando ocurre un incidente. Una copia tradicional devuelve los datos, pero las soluciones modernas permiten la recuperación casi inmediata, minimizando las pérdidas", explica Eduardo García, director general de Acronis en España y Portugal, que

insiste en que el *backup* por sí solo no es suficiente. "No evita el ataque, no bloquea el *malware* ni impide la exfiltración de información. La protección real exige un enfoque integrado donde se conjugue que la prevención, la detección y la recuperación trabajen juntas".

El crecimiento y la evolución del *ransomware* ha fortalecido el papel del *backup* como tecnología clave para hacerle frente. Ya no se trata de ataques masivos y oportunistas, sino de operaciones mucho más dirigidas, que estudian en profundidad el entorno de la víctima y buscan maximizar el impacto. "Los ataques dirigidos buscan exfiltrar datos de forma silenciosa: estos se roban sin cifrarse, aumentando el daño reputacional y legal", recuerda Víctor Pérez de Mingo, *presales manager* para España y Portugal de Veeam. Solo el 29 % de los responsables de TI confía plenamente en su capacidad de recuperar los datos críticos. "El desafío no es tener copias, sino poder demostrar que la recuperación es efectiva bajo una presión real".

Un *ransomware* al que también ayuda la inteligencia artificial. "Los ataques no buscan solo cifrar datos: uno de sus principales objetivos son las copias de seguridad, precisamente para im-

pedir una recuperación fiable", alerta David Sanz, *senior director sales engineering Europe South* de Commvault. Aunque las copias son el "mecanismo" más eficaz para asegurar la recuperación en caso de ataque, deben integrarse en una estrategia de ciberresiliencia que incluya gobernanza, protección de identidades y restauraciones rápidas de copias limpias. "Operar en entornos híbridos y *multicloud* complica diseñar una política de protección coherente y disfrutar de una visibilidad completa de dónde residen los datos ya que las empresas manejan herramientas que no se comunican entre sí, lo que crea puntos ciegos y una mayor exposición al riesgo".

"La copia de seguridad permite volver a un estado seguro cuando todo lo demás falla"

Eduardo García destaca que la inmutabilidad y la replicación en entornos aislados han marcado un cambio decisivo en la evolución del *backup*: "Hoy es impensable que una copia de seguridad pueda modificarse o eliminarse, algo que hace unos años no se consideraba crítico. Además, la replicación en entornos lógicos y fi-

sicos aislados refuerza la protección frente a ataques dirigidos específicamente contra los sistemas de recuperación".

David Sanz subraya el papel de la inteligencia artificial en esta evolución: "Las copias modernas protegen no solo contra fallos, sino contra ataques sofisticados e intencionados. La IA permite recuperaciones limpias y completas después de un ciberataque".

Backup y ciberseguridad: un rol estratégico

El *backup*, a juicio de los principales proveedores tecnológicos, es una tecnología esencial en la estrategia de ciberseguridad y para garantizar la continuidad del negocio. "La ciberseguridad previene y mitiga muchos incidentes, pero cuando falla, es imprescindible contar con un plan de respaldo sólido que permita volver a la normalidad

con rapidez. Es aquí donde el *backup*, combinado con una recuperación ante desastres eficiente, cobra su verdadero valor", asegura Eduardo García.

David Sanz añade que la copia de seguridad se convierte en la última línea de defensa dentro de una arquitectura por capas: "Permite volver



a un estado seguro cuando todo lo demás falla". Ahora bien, no basta por sí solo. "Es fundamental complementarlo con tecnologías de prevención y detección para detectar el ataque antes de que cause daños".

El directivo también alerta de la resiliencia de la identidad: nueve de cada diez ataques se dirigen a sistemas como Active Directory, "las llaves del reino" de una empresa. "Cuando se detecta un cambio sospechoso, los equipos pueden revisarlo en detalle y revertirlo para anularlo inmediatamente, lo que permite corregir rápidamente los cambios no autorizados o accidentales, manteniendo disponibles sus servicios de identidad críticos".

Víctor Pérez de Mingo insiste en que el *backup* no puede ser una tecnología aislada; algo crítico en entornos *multicloud*, SaaS y de trabajo distribuido, donde casi el 60 % de los responsables de TI ha reconocido haber perdido visibilidad sobre dónde se encuentran realmente sus datos. "En este escenario, el *backup* debe integrarse con soluciones de detección y respuesta, con arquitecturas como XDR o SASE y con políticas claras de gobernanza, cumplimiento y soberanía del dato".

Implantación del *backup* en España

En España, el *backup* está ampliamente presente, aunque los especialistas coinciden en que su nivel de actualización frente a amenazas modernas aún deja margen de mejora. Santiago Sánchez, *sales engineer Iberia* de Cohesity, asegura que prácticamente todas las organizaciones realizan copias de seguridad, pero muchas

siguen apoyándose en arquitecturas tradicionales que no están diseñadas para enfrentar ataques persistentes y sofisticados. "Durante los últimos años hemos observado un cambio claro: sectores como la banca, la industria o la Administración pública están apostando por plata-

David Blanqué, *Iberia sales manager* de Exa-Grid, alerta, a pesar de esta presencia generalizada, de que en muchos casos se entiende como una tecnología orientada, principalmente, a almacenar datos. "Se prioriza el coste frente a la capacidad real de protección y recupera-

ción". Muchas empresas, continúa, lo gestionan como una rutina operativa, y "no como un elemento clave para proteger la continuidad del negocio". Ahora bien, corrobora que las normativas y

marcos regulatorios como ENS, NIS2 o DORA están actuando como catalizadores de un cambio de mentalidad.

En la Unión Europea, el 79,2 % de las organizaciones realiza copias de seguridad en ubicaciones separadas o en la nube. Un dato que sitúa esta práctica solo por detrás de la autenticación robusta de usuarios en lo que a medidas de protección se refiere. En España, aunque la mayoría de las empresas —especialmente en sectores regulados como banca, infraestructuras críticas o grandes corporaciones— ya cuenta con plataformas de protección, Antonio Espuela, *director technical sales EMEA Western* de Hitachi Vantara, alerta de que, en muchos casos, el *backup* sigue considerándose una tecnología "heredada", y no como una estrategia activa de resiliencia. "La brecha más relevante se observa en la adopción de modelos avanzados orienta-

dos a la protección frente al *ransomware* mediante aislamiento lógico, inmutabilidad y verificación, así como arquitecturas híbridas y *multicloud* que integren el *backup* en un tejido de protección unificado".

"En escenarios de recuperación, no basta con que la copia esté protegida; hay que validar la consistencia y la limpieza de los datos"



"El desafío no es tener copias, sino demostrar que la recuperación es efectiva bajo una presión real"

formas más avanzadas, impulsados por regulaciones como DORA o NIS2 y por la necesidad de garantizar continuidad operativa incluso ante un ataque", explica. Aun así, cree que "la ciberresiliencia todavía está en proceso de maduración".

Errores que siguen debilitando el backup

A pesar de que el *backup* está ampliamente implantado en las organizaciones, los especialistas coinciden en que los errores no suelen estar en la tecnología, sino en la forma de utilizarla y en el enfoque estratégico con el que se aborda.

Desde Mast Storage advierten de que la metodología es tan determinante como la herramienta elegida. "Con la misma tecnología se pueden obtener resultados muy diferentes y niveles de seguridad dispares", señala Loreto Lojo, directora comercial del fabricante. Entre los fallos más habituales destaca la dependencia de procesos manuales —cuando el *backup* depende de una persona concreta y no está automatizado— y la ausencia de copias en múltiples ubicaciones siguiendo esquemas como el 3-2-1 o, sobre todo, 3-2-1+1, que es, a su juicio, la fórmula ideal, "en la que la copia externalizada en el *cloud* está replicada". También las políticas de retención excesivamente cortas que priorizan el ahorro de espacio frente a la capacidad real de recuperación. A estos problemas se suman prácticas deficientes, como realizar copias de copias que impiden la deduplicación, almacenar datos sin cifrar o gestionar incorrectamente las claves de cifrado, utilizar herramientas básicas sin controles de acceso avanzados como el doble factor de autenticación, o confiar únicamente en copias locales fácilmente accesibles en caso de *ransomware*.

Lojo también alerta sobre un error crítico que sigue repitiéndose: la falta de simulacros de restauración. "Muchas empresas creen que el *backup* funciona hasta que lo necesitan. Cuando descubren que los datos no estaban realmente protegidos ya no hay margen de maniobra". De ahí la importancia de auditorías periódicas y de un seguimiento continuo del estado de las copias.

Desde una perspectiva más estratégica, David Blanqué considera que el principal error sigue siendo conceptual. "Durante años, el *backup* ha sido tratado como una extensión del almacenamiento o como un gasto necesario, rara vez estaba integrado en los proyectos estratégicos del negocio, ni era una parte esencial de la protección del dato". En un contexto de *ran-*

parada para ofrecer una recuperación fiable y controlada frente a ataques modernos. "El *backup* ha dejado de ser un coste asumido para convertirse en un pilar de la resiliencia cibernética de las empresas", concluye.

Santiago Sánchez apunta que uno de los errores más extendidos es creer que disponer de copias es estar protegidos. A ello se suma no blindar el propio sistema de *backup*, que hoy se ha convertido en un objetivo prioritario para los atacantes, y la falta de pruebas periódicas de restauración. "Muchas compañías descubren si sus copias funcionan precisamente el día que más las necesitan". Además, señala que todavía abundan estrategias incompletas que no combinan de forma coherente *backup*, inmutabilidad, copias *off-site*, análisis de anomalías y validaciones continuas.

Por su parte, Antonio Espuela alerta de que muchos ataques buscan directamente la destrucción o corrupción de los repositorios de *backup*, lo que invalida el supuesto de que tener copias sea sinónimo de estar protegido. Otro fallo recurrente es confiar en que el *backup* "funciona" sin realizar pruebas de restauración realistas, algo especialmente crítico en un contexto en

el que las organizaciones deben demostrar RTO y RPO —o, como empieza a denominarse, *Return to Operations* (recuperación rápida del servicio) y *Recovery Point Objective* (pérdida nula o mínima de datos)— tanto a nivel interno como para cumplir normativas europeas como DORA o NIS2. A esto se añade la dependencia

"Muchas empresas gestionan el *backup* como una rutina operativa y no como un elemento central para proteger la continuidad"

somware y de ataques dirigidos, "el *backup* determina si una organización puede seguir operando o no tras un incidente", subraya. Sin embargo, muchas decisiones siguen basándose en métricas incompletas —como una capacidad bruta o en ratios de eficiencia— sin cuestionar si la arquitectura está realmente pre-



La aportación diferencial del *backup* a la ciberseguridad

Los fabricantes especializados en *backup* y resiliencia de datos, que ya integran una estrategia de ciberseguridad, reivindican una aportación diferencial en relación a los proveedores con un foco exclusivo en la protección: no se trata “solo” de evitar el ataque, sino de garantizar la continuidad cuando el incidente se ha producido.

Eduardo García explica que esta perspectiva marca una diferencia clara frente a los fabricantes de seguridad clásicos, históricamente más centrados en la prevención y la detección. “Un proveedor de *backup* diseña sus soluciones pensando también en la recuperación real del negocio, en cómo volver a operar cuando el ataque ya ha tenido éxito”. En este sentido, la compañía subraya la importancia de integrar de forma nativa copia de seguridad, ciberseguridad y recuperación ante desastres, de manera que “prevención, detección y restauración funcionen como un mismo sistema, y no como piezas desconectadas que luego hay que coordinar manualmente”. Daviz Sanz sitúa los datos y las identidades en el centro de la resiliencia cibernética. “La seguridad es un deporte de equipo”, des-

taca, subrayando la necesidad de colaborar estrechamente con otros proveedores y socios de ciberseguridad.

Víctor Pérez de Mingo señala que la principal aportación de un fabricante especializado en resiliencia de datos parte de una premisa clara: los incidentes no son una posibilidad remota, sino una certeza. “Más allá de bloquear amenazas, el foco está en garantizar que la organización pueda volver a operar con rapidez, confianza y control”. Ese enfoque se apoya en un conocimiento profundo del dato, de su ciclo de vida y, sobre todo, de su capacidad real de recuperación. Además, pone el acento en que la resiliencia ha dejado de ser solo una cuestión técnica para convertirse en un factor regulatorio y de negocio, impulsado por normativas como NIS2 o DORA. “La resiliencia de datos no solo permite cumplir con los requisitos legales, sino que puede convertirse en una ventaja competitiva”. Según un análisis realizado por Veeam junto a McKinsey, las organizaciones con mayor madurez en resiliencia de datos registran un crecimiento medio de ingresos superior al de aquellas que no la han priorizado.

excesiva de infraestructuras tradicionales que no escalan frente al crecimiento exponencial de los datos, especialmente los no estructurados, que ya superan el 70 % del total; encareciendo y ralentizando los procesos de *backup* si no se adoptan arquitecturas modernas orientadas a objeto y *multicloud*. “Muchas organizaciones aún no integran adecuadamente *backup* y ciberseguridad, cuando capacidades como la detección de anomalías, el análisis de com-

portamiento o la validación previa a la recuperación ya son requisitos esenciales frente a ataques cada vez más sofisticados”.

Inmutabilidad: pilar clave, pero no una solución absoluta

La inmutabilidad del *backup* se ha consolidado como uno de los conceptos más citados en las estrategias modernas de protección frente al *ransomware*. Ahora bien, es una condición necesaria, pero no suficiente. Solo cuando se combina con aislamiento, controles de acceso, análisis continuo y pruebas

de recuperación, se convierte en una verdadera garantía

“La copia inmutable debería combinarse con una copia *air-gap* para garantizar la integridad de los datos”

para la continuidad del negocio.

Loreto Lojo explica que una copia inmutable, al no poder modificarse ni borrarse durante el periodo de retención definido, protege los datos frente al cifrado malicioso, la eliminación accidental o incluso frente a empleados malintencionados. Además, facilita el cumplimiento normativo al permitir demostrar que los datos históricos no han sido alterados. No obstante, advierte de una confusión habitual: inmutabilidad no es lo mismo que copia *off-site*. “La copia inmutable debería combinarse con una copia *air-gap* para garantizar realmente la integridad de los datos”, señala.

David Blanqué recuerda que la inmutabilidad no es un concepto



nuevo y que existe desde hace años en tecnologías como *snapshots*, WORM o almacenamiento de objetos. El problema aparece cuando se presenta como una solución definitiva. "Por sí sola no evita que los datos sigan expuestos a través de la red ya que lo que es visible sigue siendo atacable". Desde una perspectiva de ciberseguridad, el objetivo no es solo impedir la modificación del dato, sino reducir al máximo los vectores de ataque, limitando accesos y aislando los repositorios. "La inmutabilidad protege el dato, su aislamiento garantiza la recuperación", resume. Santiago Sánchez insiste en que la inmutabilidad, siendo pilar de la estrategia de protección, tiene límites claros. "No evita que un *backup* contenga datos ya comprometidos si la infección se produjo antes de su ejecución, ni sustituye la necesidad de supervisión inteligente, segmentación o análisis de anomalías. Es la base, sí, pero no el techo", señala. Antonio Espuela señala que su valor se manifiesta cuando se integra en un enfoque más amplio de ciberresiliencia. "Permite aislar las copias frente a ataques directos, facilita el cum-



“Uno de los errores más extendidos es creer que disponer de copias es estar protegido”

plimiento normativo y se complementa con capacidades de análisis de anomalías que ayuden a identificar copias potencialmente contaminadas". Sin embargo, también subraya sus límites: la inmutabilidad no protege frente a ataques que alteran los datos antes del *backup*, ni frente

a amenazas internas si no existe una correcta segregación de identidades y claves. "En escenarios reales de recuperación, no basta con que la copia esté protegida; es imprescindible validar la consistencia y la "limpieza" de los datos antes de devolverlos a producción". **N**

Más que restaurar datos, garantizar continuidad

Cuando un ciberataque afecta a la organización, la recuperación ya no se mide solo en rapidez, sino en seguridad y fiabilidad. Para lograrlo, Santiago Sánchez apela al concepto de "sala limpia" de recuperación, un entorno aislado y controlado donde los *backups* se inspeccionan cuidadosamente antes de reintegrarlos al negocio. "Se monitoriza el comportamiento del sistema y se comprueba que no existan puertas traseras, *malware* latente o procesos sospechosos.

David Blanqué insiste en que la recuperación fiable no es un evento fortuito, sino un proceso que debe diseñarse y verificarse con antelación. "La integridad de la restauración no se garantiza el día del incidente, sino mucho antes. Es necesario auditar y proteger cada copia de forma sistemática, confirmar que los *backups* se comple-

tan correctamente y que no contienen corrupción silenciosa ni amenazas latentes", señala. La estrategia, puntualiza, debe adaptarse al ciclo de vida de los datos. "Los *backups* recientes requieren tiempos de recuperación muy bajos, mientras que los datos más antiguos demandan retención segura y eficiencia". Desde Hitachi Vantara añaden que garantizar la integridad de una restauración exige un enfoque multinivel que empieza antes del ataque. "Hay que verificar la salud del *backup* mediante la detección de anomalías, el análisis de metadatos y la comparación temporal entre versiones para identificar copias potencialmente comprometidas", aconseja Espuela. No olvida apelar al aislamiento de los procesos de recuperación utilizando entornos protegidos "donde las copias se validan antes de reintroducirlas en producción".

La filial ibérica de Kaspersky creció un 6 % en 2025

"Queremos contar con un canal certificado y comprometido con los servicios"



Óscar Suela, máximo responsable de Kaspersky Iberia

Los servicios, claves

Los servicios gestionados se han convertido en pilar estratégico tras la apuesta que la marca empezó hace 3 años, liderada por José Antonio Morcillo, director de canal, y que ha permitido alcanzar el pasado año el millón de euros; hito que ha permitido destacar a la filial en el organigrama mundial. "Se trata de una apuesta a medio y largo plazo", recordó Suela. En el negocio del pasado año este negocio creció un 65 %, con las soluciones MDR elevándose un 138 %.

El canal es protagonista en este apartado: en el último trimestre 30 nuevos *partners* se han incorporado a la provisión de servicios. Un ecosistema que requiere cada vez servicios más especializados: desde un origen basado en el EDR y la monitorización muchos *partners* están demandando servicios de inteligencia. "Queremos tener un canal certificado y comprometido en ofrecerlos", explicó Morcillo. "Hay que enseñar a los *partners* a dar un servicio gestionado basado en una solución". Sin desdeñar la incorporación de nuevas compañías, el responsable de canal centró su mensaje en la formación del ecosistema actual, propor-

Es un hecho la evolución de la estrategia de Kaspersky. Con un origen, férreo, en el puesto de trabajo, el fabricante ha extendido su oferta hasta otras áreas, con la base de la inteligencia y el análisis de lo que pasa en el mercado. Una estrategia que le ha permitido cerrar 2025 con un crecimiento del 6 % en la facturación de la oficina ibérica con las soluciones que no se centran en el puesto de trabajo suponiendo ya el 45 % del negocio. "Ha sido un año excelente", valoró Óscar Suela, máximo responsable de la filial.

Marilés de Pedro

nándole más herramientas para facilitarle esta oferta. "Llegará un momento en el que la venta de producto morirá por tanto es necesario que el canal se adapte. La fidelidad de los clientes está basada en la calidad del servicio, no en el precio ni en el coste".

En el análisis de los servicios desplegados en 2025, la mayoría ha sido implantada en el mercado *enterprise*, estando ligados a las soluciones estratégicas. "Para el despliegue es esencial que el *partner* cuente con una visión global de las amenazas y de la inteligencia. El canal debe beneficiarse de nuestro conocimiento", recordó Morcillo.

Números claves

En el repaso del negocio, Suela destacó el hecho de que 8 de cada 10 clientes renovaron el contrato con Kaspersky. "Es un dato de mucho valor porque muy pocas empresas de la industria tienen este ratio", aseguró. El ecosistema de clientes con el que interactúan en España se sitúa en cerca de 4.900 empresas.

Entre los datos con mayor valor el crecimiento del 52 % en sus soluciones estratégicas, con un ascenso del 90 % en todo lo relacionado con los servicios de inteligencia. También el ascenso del 64 % en el número de clientes con un compromiso a largo plazo con contratos de dos o tres años.

Suela se refirió al buen desempeño en el área de la protección industrial con un crecimiento superior al 187 %. "En 2025 hemos visto, por fin, que el mercado en España está madurando en el despliegue de sistemas de seguridad en los entornos industriales". Kaspersky, que ya lanzó

soluciones para este mercado hace una década, cuenta con su propio ICS-CERT que genera "más vulnerabilidades sobre entornos industriales que el US-CERT de Estados Unidos".

La marca ha crecido un 70 % en los servicios de vigilancia digital para monitorizar los activos no estructurados de las compañías para verificar si han sido o no comprometidos.

NIS 2

En relación a NIS2, Suela explicó que, a pesar de que una de sus prioridades para 2025 era dar continuidad y ayudar al ecosistema en España para adecuarse a esta normativa, el balance no ha sido el esperado. "Las consultas de las empresas estaban dirigidas a analizar si podían ser sancionadas o no, a chequear sus sistemas, no para mejorar su postura de seguridad". El directivo señaló que la clave es determinar la importancia que tiene mejorar su protección, no el asunto sancionador. "No hemos observado la NIS 2 como un acelerador real en materia de ciberseguridad para el ecosistema en España".

Panorama de amenazas

En el panorama de amenazas del pasado año Suela aseguró que han detectado una mayor sofisticación en los ataques tanto a las empresas como a los usuarios domésticos. La explotación de vulnerabilidades ha sido el principal motivo para orquestar ataques. Tras ella, el robo de credenciales y, por último, la cadena de suministro. Con los datos que extrae de los casi 400 millones de usuarios domésticos y más de 300.000 organizaciones, la marca fue capaz de analizar más de 500.000 ficheros nuevos maliciosos cada día en 2025, lo que implica un incremento de un 7 % respecto al año anterior.

En la clasificación de ese tipo de *malware*, predomina en un alto porcentaje los *infostealers*, identificados con el robo de información sensible y de credenciales. "Ha sido la tendencia en 2025", ratificó. El segundo, ligado al anterior, es el software tipo *"spyware"*, en el que, tras el robo de credenciales, se infecta al usuario con un software espía para atrapar la in-

formación y monetizarla de la manera más rápida. La tercera tendencia más detectada por los sistemas de Kaspersky ha sido el *backdoor* (una secuencia especial o un programa informático que permite eludir las medidas de seguridad de un sistema y acceder a él).

En relación al *ransomware*, Suela señaló que el número de ataques no ha crecido pero sí el dinero que se genera en torno a él. "Han sido víctimas con un perfil mucho más alto para garantizar que el rescate también lo sea". Por último, alertó de la desprotección de los teléfonos inteligentes. "Es el principal actor que hay que tener en cuenta". Casi nadie lo protege,

ni en el entorno particular ni en el corporativo. "Los atacantes los comprometen y acceden a las credenciales de los usuarios para perpetrar sus ataques en la infraestructura corporativa".

"La fidelidad de los clientes está basada en la calidad del servicio, no en el precio ni en el coste"

Vistazo a 2026

De cara a 2026, Suela apostó por la continuidad de todo lo que se está haciendo y señaló tres áreas


de soluciones en las que se quiere hacer foco: MXDR, los servicios de inteligencia y la oferta para entornos industriales. "Queremos seguir democratizando la ciberseguridad", recordó. Un concepto, insistió, al que Kaspersky aludió hace dos años. "Queremos dotar de herramientas a cualquier empresa, independientemente de sus recursos económicos o personales". En 2025, más de 2.500 pymes nuevas apostaron por la tecnología de la marca. "Están demandando soluciones con un mayor valor añadido".

A lo largo de este año la marca seguirá haciendo énfasis en los riesgos de no estar protegido en todos los niveles sociales. Se trata del proyecto "GenerAltion", con charlas en instituciones académicas.

También insistió Suela en la obligatoriedad de la colaboración público-privada y recordó su trabajo con los cuerpos y fuerzas de seguridad del estado de España, y los organismos internacionales de lucha contra el cibercrimen. Como una de las acciones destacadas, en febrero del año pasado Kaspersky firmó el Pacto sobre Inteligencia Artificial de la Comisión Europea,

Por último, recordó la importancia de seguir trabajando en la inteligencia de amenazas. "El que ha entendido que es necesario tener información, en tiempo y forma, es el que marca la diferencia", explicó. "Es lo que está haciendo que crezcamos".


Acciones destacadas

Kaspersky puso en marcha el pasado año un proyecto de violencia digital vinculado a la violencia de género. Se trata de una iniciativa que trata de detectar el software malicioso Stakelberg que se instala en los dispositivos móviles de las víctimas, por parte del maltratador, para tener acceso total al dispositivo sin el consentimiento de la víctima. En 2025 Kaspersky presentó una funcionalidad que permite identificar si alguien está intentando instalar una aplicación con ese software malicioso y también identificar si hay una alerta de localización en tiempo real. El fabricante ha puesto en marcha un proyecto piloto, con la Junta de Andalucía, contra la violencia digital en materia de violencia de género que incluye 1.000 licencias para proteger a las víctimas. 

IA, datos y ciberseguridad: un cambio de fase que ya es inevitable

La inteligencia artificial ha dejado de ser una promesa para convertirse en una capa estructural de la tecnología empresarial. Pero su adopción masiva ha traído consigo un efecto colateral evidente: una superficie de ataque más amplia, más compleja y,

sobre todo, más difícil de controlar. En este nuevo escenario se mueve *Café sin Cookies*, un *podcast* impulsado desde el ecosistema de Microsoft e Ingram Micro que nace con vocación divulgativa, técnica y estratégica.

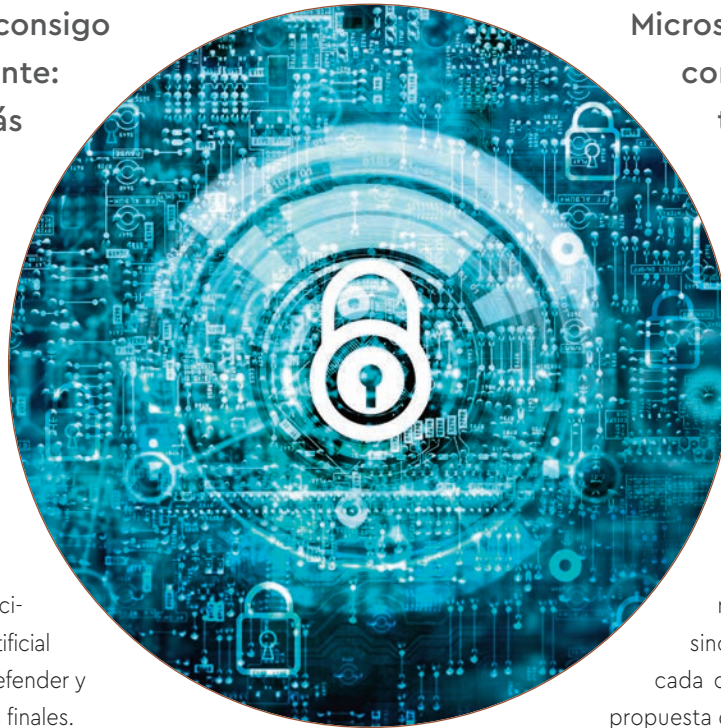
 Rosalía Arroyo

En este primer episodio participan Cristina Cañas Ávalos, responsable de PSS seguridad en Microsoft; Manuel Muñoz Moreno, EMEA Microsoft Security vendor manager en Ingram Micro; y Raúl García-Romeral, vendor manager de Microsoft en Ingram Micro España. El objetivo: analizar cómo está evolucionando la ciberseguridad, el papel de la inteligencia artificial y el valor de soluciones como Microsoft Defender y Microsoft Purview para *partners* y clientes finales.

Más allá del producto, el diálogo se mueve entre contexto, experiencia práctica y lectura de mercado, con una idea transversal: ya no basta con reaccionar ante los incidentes; la seguridad debe ser predictiva, integrada y accesible para cualquier organización, independientemente de su tamaño.

IA: del arma del atacante al motor de la defensa

La conversación arranca con una constatación compartida: la inteligencia artificial "ha venido para quedarse" y lo hace acompañada de una avalancha de datos difícil de gobernar sin las herramientas adecuadas. Cristina Cañas subraya que el verdadero reto no es solo dónde residen esos datos, sino si están protegidos y bajo qué modelo de control. En ese contexto, la IA se convierte en un riesgo si no se integra desde el diseño en una estrategia de ciberseguridad sólida.



Raúl García-Romeral introduce una mirada histórica para poner en perspectiva el momento actual. Si hace 25 años ataques masivos como el virus ILOVEYOU golpeaban de forma indiscriminada, hoy la amenaza es radicalmente distinta: más selectiva, más contextual y mucho más orientada a explotar el comportamiento del usuario. El objetivo ya no es "atacar a todos", sino encontrar el eslabón más débil dentro de cada organización. Frente a este escenario, la propuesta de Microsoft se apoya en un uso intensivo de la IA defensiva. Cristina Cañas recuerda que la compañía procesa decenas de billones de señales diarias para anticipar comportamientos maliciosos y ofrecer respuestas más rápidas y predictivas. La idea es clara: si los atacantes usan IA, la defensa no puede quedarse atrás.

"La clave está en simplificar la complejidad y hacer accesible la seguridad avanzada a cualquier tipo de empresa"

Microsoft Defender: de soluciones aisladas a una defensa unificada

Al entrar en el terreno de Microsoft Defender, el foco se desplaza hacia la necesidad de simplificar un ecosistema de seguridad tradicionalmente fragmentado. Cristina Cañas explica cómo Defender ha evolucionado hacia una *suite* unificada

que integra capacidades que antes se contrataban de forma independiente: protección del *endpoint*, del correo, del entorno *cloud* o de las identidades. Esta unificación no sólo reduce la complejidad técnica, sino también barreras económicas. En la conversación se insiste en que la percepción his-

“Tenemos que pasar de una actitud reactiva a una totalmente predictiva, y eso sólo es posible entendiendo bien dónde están los datos y cómo se usan”



Manuel Muñoz Moreno, EMEA Microsoft Security vendor manager en Ingram Micro; Cristina Cañas Ávalos, responsable de PSS seguridad en Microsoft; y Raúl García-Romeral, vendor manager de Microsoft en Ingram Micro España

tórica de Microsoft como una opción “cara” en seguridad ha cambiado de forma significativa, hasta situarse —según se comenta— con ahorros relevantes frente a otras alternativas del mercado cuando se analizan capacidades equivalentes.

Raúl García-Romeral aporta además una visión operativa: el valor de Defender está en que las herramientas “se hablan entre sí”. Frente a modelos SIEM tradicionales, pensados para grandes organizaciones con SOC dedicados, la seguridad integrada de Microsoft permite correlacionar señales de forma automática, anticiparse al incidente y reducir la dependencia del análisis puramente humano.

Del endpoint al multidispositivo: la seguridad ya no es estática

Otro de los ejes del debate fue el cambio radical en la forma de trabajar. Hoy nadie opera desde un único dispositivo ni desde una única ubicación. La seguridad, por tanto, ya no puede limitarse al perímetro ni al correo electrónico. Defender se concibe como un “guardián silencioso” que acompaña al usuario allí donde esté, desde cualquier dispositivo y red. Manuel Muñoz insiste en que esta democratización de la seguridad es clave: ya no hay excusas para que las pymes queden fuera de modelos avanzados de protección. El ciberataque no entiende de tamaño y las necesidades básicas de defensa son las mismas para una empresa pequeña que para una gran corporación, aunque cambie la escala de la superficie de ataque.

Purview: proteger, gobernar y dar valor al dato

Si Defender aborda el “cómo” se produce el ataque, Microsoft Purview se centra en el “qué” se protege: el dato. Cristina Cañas subraya que la gobernanza de la información se ha vuelto crítica, impulsada tanto por la adopción de la IA como por un entorno regulatorio cada vez más exigente. Purview permite clasificar datos, aplicar políticas de cumplimiento y prevenir la pérdida de información de forma integrada. Pero, más allá de la protección, abre una oportunidad clara para el canal: los *partners* pueden construir servicios

de valor añadido —auditorías, assessments, planes de madurez— que les permitan diferenciarse y acompañar estratégicamente a sus clientes.

Raúl García-Romeral lo resume con una idea sencilla: sin una correcta regularización del dato, cualquiera puede acceder a información crítica. Y en un mundo donde Copilot, Defender y Purview convergen, la seguridad y la privacidad dejan de ser capas separadas para convertirse en un todo coherente.

El papel del partner: evangelizar, acompañar y traducir

La parte final del *podcast* pone el foco en el ecosistema de *partners*. Todos coinciden en que el mayor reto no es tecnológico, sino de adopción. Los programas de incentivos, *workshops*, laboratorios prácticos y evaluaciones de seguridad se presentan como herramientas claves para ayudar al canal a entender, explicar y desplegar estas soluciones.

Cristina Cañas destaca la importancia de partir de lo que el cliente ya tiene y optimizarlo, mientras que Raúl García-Romeral insiste en la necesidad de hablar dos lenguajes: el del negocio y el técnico. Solo así se puede trasladar el valor real de la seguridad, no como un coste, sino como un habilitador del crecimiento.

Seguridad integrada para un mundo impulsado por IA

El primer episodio de Café sin Cookies deja una conclusión clara: la ciberseguridad ha entrado en una nueva fase. La inteligencia artificial ha elevado tanto el nivel de la amenaza como el de la defensa, y solo los enfoques integrados, predictivos y accesibles permitirán a las organizaciones avanzar con confianza.

Microsoft Defender y Purview no se presentan aquí como productos aislados, sino como piezas de una plataforma que busca simplificar la complejidad, proteger el dato y ofrecer valor real a clientes y *partners*. En un entorno donde el ataque ya no es una posibilidad, sino una certeza, la pregunta no es si invertir en seguridad, sino cómo hacerlo de forma inteligente.

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



"https://newsbook.es/contenido-premium/ia-y-ciberseguridad-en-microsoft-20251222120970.htm"



Diagonal Informática ofrece servicios de ciberseguridad para asegurar el puesto de trabajo

"Nuestra estrategia pasa por crecer junto a HP como socio tecnológico"



Diagonal Informática es una compañía con una trayectoria de cuatro décadas en el mercado que aporta su experiencia y amplio conocimiento técnico para acompañar a las empresas en su transformación digital. Su alianza con HP le permite ofrecer soluciones innovadoras para la modernización del puesto de trabajo en entornos híbridos, acompañando a los clientes en todas las fases del proyecto.

 Rosa Martín

Diagonal Informática nació en 1985 de la mano de Carlos Labrandero, su fundador, con el fin de "acercar la tecnología a las empresas de una forma práctica y accesible", según recuerda Ester Labrandero, *IT business manager* e hija del fundador. Esta misión la ha mantenido a lo largo de sus 40 años de trayectoria, en la que ha brillado su vocación de servicio para ofrecer al cliente la solución más adecuada para sus necesidades. "Con el tiempo, hemos ido creciendo, ampliando conocimientos, servicios y experiencia, siempre aprendiendo de cada proyecto y de cada reto", apunta la directiva.

Esta evolución le ha llevado a lo que es hoy: una empresa sólida, que com-

bina la especialización y el conocimiento técnico con un trato personal. Esta cercanía al cliente es uno de sus rasgos diferenciales junto con su conocimiento del sector y experiencia técnica. "No nos limitamos solo a vender tecnología, sino que acompañamos, asesoramos y buscamos la mejor solución para cada caso, entendiendo primero el contexto del cliente y luego proponiendo soluciones", subraya.

Este enfoque se refleja en la rapidez de su respuesta a la demanda de sus clientes, en la voluntad de resolver problemas y en aportar calidad como fruto de su capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos.

Estrategia

En la actualidad se está focalizando en el puesto de trabajo, la movilidad y los entornos híbridos con una oferta en la que sobresa-

len las soluciones de HP. Su propuesta gira en torno a esta marca, incluyendo tanto ordenadores como soluciones de impresión.

La responsable explica que un aspecto clave de su estrategia es el servicio que aporta tanto en el terreno de la gestión como del soporte, lo que se traduce en una propuesta que incluye desde la asesoría hasta la renovación del parque informático y el control de activos. Todo con un enfoque en el que no falta la ciberseguridad, un aspecto clave en la actualidad. "Nuestra estrategia pasa por crecer junto a HP como socio tecnológico, ofreciendo soluciones sólidas, escalables y bien acompañadas, con un trato cercano y un soporte de confianza que marque la diferencia en el día a día del cliente", resume Labrandero.

Alianza con HP para transformar el puesto de trabajo

Diagonal Informática, de la mano de HP, está centrada en ayudar a las empresas a adecuar el puesto de trabajo al contexto actual, marcado por el desarrollo del modelo de trabajo híbrido y la necesidad de movilidad y flexibilidad. A juicio de la *IT business manager*, la adopción de nuevas herramientas digitales para trabajar de una manera más eficiente y colaborativa está obligando a las empresas a replantear el puesto de trabajo para que sea más seguro y centrado en la experiencia del usuario, sin perder productividad ni control.

En este sentido, según se recoge en el último "Índice sobre la relación con el trabajo 2025", elaborado por HP, la incorporación de tecnología puede mejorar la experiencia de los trabajadores en nuestro país, que sigue por debajo de la media europea. Labrandero está de acuerdo con este análisis y considera que un equipo moderno implica más confort para el empleado y contribuye a elevar la productividad. A la vez, la introducción de la inteligencia artificial en la actividad diaria de los empleados está siendo otro factor que está elevando la demanda de nuevos dispositivos.

A la hora de afrontar un proyecto de modernización del puesto de trabajo, Diagonal Informática comienza por entender la manera de trabajar de cada cliente y conocer la necesidad concreta de cada usuario. "A partir de ahí, diseñamos el proyecto de forma práctica y progresiva, cuidando tanto el rendimiento como la experiencia del empleado", indica la responsable. En este proceso, HP desempeña un papel clave porque les brinda la opción de proporcionar a sus clientes "equipos fiables, seguros y bien integrados, con el soporte y la garantía necesarios para que la modernización sea un éxito". Los nuevos PC de HP con Windows 11 y capacidades de inteligencia artificial son la herramienta que está utilizando en la actualidad para garantizar la transformación del puesto de trabajo, aportando rendimiento, seguridad



Ester Labrandero,
IT business manager de Diagonal Informática

y experiencia de uso fluida. La IA que integran ayuda a optimizar tareas y es un elemento diferencial, lo que convierte a estos ordenadores en una "opción muy sólida para modernizar el puesto de trabajo y adaptarlo a las nuevas formas de trabajar", reitera.

Estos equipos, además, destacan por garantizar la seguridad, que está integrada en el hardware, con protección del BIOS, cifrado y controles avanzados que funcionan de forma automática.

Más servicios

Diagonal Informática, tomando como base las capacidades de los equipos de HP, completa su propuesta con servicios para la gestión continua del parque informático, facilitando mantenimiento, soporte y actualizaciones de los equipos. Al mismo tiempo ofrece servicios de ciberseguridad para la protección del correo electrónico, los datos y los accesos de la empresa frente a amenazas cada vez más sofisticadas.

Esta combinación de soluciones y servicios, su alianza con HP y su larga experiencia en el mercado le otorgan la capacidad de abordar cualquier proyecto para la modernización del puesto de trabajo.

Ester Labrandero señala que una empresa que quiera modernizar su puesto de trabajo tiene que planificar el proceso, contar con equipos actuales y apoyarse "en un *partner* de confianza que les asesore y les acompañe en cada paso".

"Los nuevos ordenadores de HP
son una opción muy sólida
para modernizar el puesto de
trabajo y adaptarlo a las nuevas
formas de trabajar"



España, cuarto país con mayor volumen de amenazas detectadas en 2025

Por primera vez en los últimos años, España abandona el *ranking* mundial de países con mayor volumen de amenazas detectadas. Así lo recoge el informe anual de ESET, que analiza los datos recogidos entre diciembre de 2024 y noviembre de 2025. Un pódium que lidera Japón, seguido de Turquía y Polonia. España ocupa la cuarta posición. Sin embargo, en lo que se refiere al *ransomware*, que se mantiene como la amenaza más preocupante para las empresas, España, tras Estados Unidos, se sitúa en segunda posición, con el 5 % del tráfico mundial.

 Marilés de Pedro

En el *ranking* de amenazas más detectadas en España, el *phishing* continúa ocupando el primer puesto, representando en torno al 20 % del total. Sin embargo, lo que más preocupa a ESET es la persistencia de ataques que explotan vulnerabilidades antiguas. "Seguimos viendo en el top 10 amenazas que aprovechan fallos de Microsoft Office de 2017", advirtió Josep Albors, director de investigación y concienciación de ESET España. "Esto dice mucho de las políticas de actualización y parcheo de muchas organizaciones españolas". Aunque estas amenazas han ido perdiendo peso, su permanencia demuestra que los atacantes siguen encontrando un terreno fértil en sistemas desactualizados.

Ransomware: España, segundo país en el ranking

El *ransomware* se mantiene como una de las amenazas más temidas por empresas y organizaciones. En 2025, ESET ha analizado cientos de ataques a nivel global, con Estados Unidos como principal objetivo con el 17 % de este *malware*. España ocupa una preocupante segunda posición, concentrando en torno al 5 % de las detecciones mundiales. A continuación, se sitúan Francia, Italia y Canadá, con un 4% cada uno de ellos.

"En España se han reportado decenas de casos, pero sabemos que muchos otros no se hicieron públicos porque normalmente la víctima ha pagado el rescate. De esta forma evitan que se conozca que han sido afectadas". Los sectores más atacados han sido el tecnológico, los servicios empresariales y la industria manufacturera. "Las víctimas de estos ataques crecen año tras año y no esperamos ningún descenso".

Entre las novedades destaca la aparición de un nuevo actor, Warlock, un

grupo que hace uso de técnicas novedosas y que no opera bajo el modelo de *ransomware* como servicio. "Es un actor cerrado, muy avanzado, con un número alto de víctimas para ser un recién llegado y que ha demostrado una gran rapidez para adoptar vectores de ataque emergentes", explicó Albors, citando la explotación de vulnerabilidades en Windows Server o el abuso de herramientas legítimas como VS Code, un editor de código *open source* bastante utilizado en todas las variables de

programación para establecer conexiones remotas de forma sigilosa por parte del *malware* con las máquinas infectadas.

Pese a este contexto, 2025 también ha dejado noticias positivas. La cooperación internacional ha permitido arrestos, extradiciones y operaciones policiales que han debilitado a bandas como BlackCat, Conti o LockBit, además del lanzamiento de descifradores gratuitos para varias familias de

ransomware. "La mayor cooperación internacional y los avances técnicos están empezando a tener un impacto significativo en el panorama de amenazas del *ransomware*", destacó.

El uso de la IA

Uno de los grandes focos de atención del informe es el uso de la inteligencia artificial en el desarrollo de *malware*. "Hay una cierta burbuja alrededor de las amenazas creadas con inteligencia artificial", afirmó Albors. "Los casos reales se pueden contar con los dedos de una mano y muchos son experimentales". El principal valor de la IA para los ciberdelinquentes no está en crear *malware* avanzado, sino en automatizar procesos y mejorar la eficacia de campañas de *phishing*, fraude y suplantación de identidad. Albors se refirió a PromptLock, que hace uso de OpenAI, como la

España, tras Estados Unidos,
se sitúa en segunda posición,
con el 5 % del tráfico mundial
del *ransomware*

primera prueba de concepto conocida de *ransomware* para generar *scripts* maliciosos en tiempo real, ejecutarlos y corregirlos automáticamente si fallan. "Un *ransomware* que puede dar pie a que otros delincuentes intenten adoptar este modelo para tratar de darle un impulso a sus nuevas creaciones", alertó.

En el área de las estafas de inversión falsas ESET ha identificado algunas, como HTML/Nomani, que creció un 62 %.

Infostealers

Los *infostealers*, que persiguen el robo de información y especialmente de credenciales, son la segunda amenaza más extendida en España. Se dirigen, principalmente, a empresas.

Albors señaló la caída de las campañas ligadas a Lumma

Stealer, un *infostealer* que cayó en el mes de

mayo: aunque logró "reaparecer" en

verano, su actividad cayó un 86 %

en la segunda parte del año

pasado. Una amenaza que,

sin embargo, ha sido

"reemplazada" rápi-

damente con nue-

vas familias como

es el caso de Vi-

dar, "una ame-

naza conocida

desde 2018 que

se ha actualizado

y que gracias a las

campañas que rea-

lizan entre foros de

ciberdelincuentes, se

ha convertido en un re-

levo interesante para estos

grupos".

En el caso de España los ciberdelin-

cuentes siguen haciendo uso de campa-

ñas de *phishing* para la preparación de varias fami-

lias de *infostealers*, sobre todo en la forma de facturas, recibos o

presupuestos de conocidas empresas. Albors alertó de numerosos ejem-

plos con correos que hacen uso de PDF que redirigen a un enlace prepa-

rado por los delincuentes.

Estafas y fraude financiero

Al mismo tiempo, las estafas financieras, especialmente las vinculadas a falsas inversiones en criptomonedas, han vivido un crecimiento explosivo.

Conocidas como Nomani, en 2025, las detecciones de este tipo de engaños crecieron un 62 %, alcanzando cientos de miles de detecciones en todo el mundo, y con campañas muy visibles en redes sociales y anuncios

online. En el lado positivo las detecciones en el segundo semestre del pasado año disminuyeron un 37 % en comparación con el primer semestre.

"La razón más certera es que haya habido un menor retorno de inversión para los atacantes debido a mejores detecciones por parte de las solu-

ciones de seguridad y las plataformas de redes sociales". La mayoría de

las detecciones de Nomani se generaron en Chequia, Japón, Eslovaquia, España y Polonia. "Estamos viendo el uso de personajes públicos para dar credibilidad a estafas que acaban arruinando a las víctimas", alertó Albors. Se trata de estafas, conocidas desde hace años, "pero es ahora con el uso de la inteligencia artificial cómo los delincuentes pueden hacer creer con mayor eficacia a sus víctimas que una personalidad reconocida les ha dado su apoyo".

NFC y amenazas móviles: el nuevo frente

Otro de los vectores emergentes es el abuso de la tecnología NFC en dispositivos móviles. ESET ha detectado un aumento del 87 % en amenazas que explotan esta tecnología entre el primer y segundo semestre de 2025.

"Aunque es una alternativa más segura que el uso, por

ejemplo, de las bandas magnéticas o del PIM,

no está hecho a prueba de balas",

alertó. "Ya no es una hipótesis te-

órica: los delincuentes están

desarrollando *malware*

especializado para cap-

turar y retransmitir

datos NFC", advir-

tió Albors.

Mirando a 2026

De cara a 2026,

ESET prevé que

el *ransomware*,

no solo siga cre-

ciendo, sino que la

aparición de nuevos

grupos, como es el caso

de Warlock, demuestra que

el panorama sigue evolucionando,

incorporando técnicas de

evasión cada vez más sofisticadas.

En cuanto al uso malicioso de la inteligencia artifi-

cial, se espera un aumento del *malware* generado mediante estas

tecnologías, aunque el principal ámbito será la ingeniería social: *deepfa-*

kes, correos electrónicos fraudulentos, anuncios engañosos y estafas a gran

escala se verán reforzados por herramientas cada vez más avanzadas. "Se

prevé la aparición de bots basados en IA capaces de explotar vulnerabili-

dades en procesos automatizados, como la contratación de personal, así

como de interferir en campañas de desinformación, procesos electorales

y otros fraudes".

En el lado de las empresas, Albors alertó de que la integración de agen-

tes de inteligencia artificial, tanto en entornos corporativos como en la

nube, está ampliando de forma significativa la superficie de ataque y añadiendo una mayor complejidad a la gestión de la seguridad.

Por último, en el ámbito de las amenazas persistentes avanzadas (APT), los

analistas señalan al sector de los drones como uno de los principales ob-

jetivos de los grandes actores estatales, entre ellos China, Rusia, Irán y Co-

rea del Norte. 🇺🇸



Sage Iberia consigue un crecimiento del 10 % en su facturación

"Aplazar la ley Antifraude ha sido positivo. Ni los fabricantes ni el ecosistema teníamos capacidad para implantar las soluciones a tiempo"



Verifactu

La noticia más importante para el segmento del software de gestión en 2025 fue el aplazamiento para el cumplimiento de la Ley Antifraude. El pasado mes de diciembre el Gobierno concedió un año más para la entrada en vigor de esta normativa, que será el próximo 1 de enero. Martín Zabala, a pesar de que reconoció que impactó en el negocio, valoró de manera positiva la decisión. "En 2025 se produjo un colapso del mercado. La demanda se concentró en los últimos meses, con un volumen enorme, y ni los fabricantes ni el ecosistema tuvimos capacidad para implantar todas las soluciones a tiempo. No estábamos preparados".

La decisión de posponer la aplicación de Verifactu es, a su juicio, una oportunidad para hacerlo mejor. "Nos da tiempo a planificarlo", continuó. Aunque en la actualidad la demanda se ha estancado, espera que esta se acelere a partir del mes de junio y que "las empresas adelanten la puesta en marcha de estos sistemas en tiempo y forma". Según los datos de Sage, menos del 10 % de sus clientes está actualmente preparado para cumplir con Verifactu. "Estamos aún muy lejos", reconoció.

También se refirió a la Ley Crea y Crece, relativa a la obligatoriedad de la facturación electrónica. A su juicio, sería muy positivo que se implantara junto a la Ley Antifraude. "Ya sugerimos que el Ministerio de Hacienda y el de Economía se pusieran de acuerdo para llevarlo a cabo y así se lo vamos a recomendar", desveló. "Para las empresas es menos intrusivo desde el punto de vista de la inversión y se reduce el tiempo de implantación". Zabala reconoció que una gran parte de las empresas es reacia a estos cambios por el coste que suponen. "Sage, de cualquier manera, seguirá impulsando lo que es mejor para la pyme y, en estos casos, apostamos por una implementación conjunta".



José Luis Martín Zabala,
director general de Sage Iberia

Cerró Sage el pasado mes de septiembre un año, que José Luis Martín Zabala, director general de Sage Iberia, calificó de "excepcional", con la filial ibérica como motor del negocio en Europa, que fue la región que más creció. La facturación en España y Portugal creció un 10 %, con el negocio recurrente elevándose un 12 % y la facturación en el entorno *cloud* un 40 %. Unas cifras que señalan la buena trayectoria de la región ibérica para convertirse en una compañía SaaS (el negocio de suscripción ya genera el 82 % de la facturación), con la nube como el exclusivo repositorio de su negociado (las soluciones que se alojan en este entorno ya suponen el 86 %).

Marilés de Pedro

Sage Iberia, motor de la compañía

En el repaso de su año fiscal, el directivo desveló que Sage Iberia ha sumado cerca de 10.500 nuevos clientes y ha realizado más de 2.000 migraciones a la nube, propiciadas por la migración de Factura Plus y Nomina

Plus a las soluciones a este entorno, y por la adaptación que algunas empresas hicieron de sus sistemas a Verifactu. Además 1.500 nuevos clientes se sumaron a Sage Active, una cifra que señala a la filial ibérica como la que más crece en este apartado en Europa.

El canal sigue siendo uno de los pilares de Sage Iberia con 16 nuevos VAR y 20 nuevos Tech Partners, que identifican a los ISV, lo que les ha permitido refrescar la oferta.

Mirando a 2026

Con el nuevo ejercicio fiscal ya en marcha, Sage afronta 2026 con una estrategia en la que se pretende seguir ganando más clientes, con el ecosistema de *partners* como pilar fundamental. "Nuestro objetivo es que 2026 sea, como mínimo, tan bueno como 2025 para nuestros clientes y *partners*", aseguró Martín Zabala.

Zabala recordó el foco en la pyme, que incluye el negocio con los despachos. El objetivo es conseguir 3.500 nuevos clientes en Sage Active, para lo que se apoyarán también en el ecosistema de *partners*. "Hasta el momento nos hemos nutrido a través del entorno *online* y de los despachos profesionales, que son parte del canal".

La IA va a ser foco esencial con la inclusión de esta tecnología en Sage 50 que contará con un cuadro de mandos automatizado para que la empresa pueda controlar todos los indicadores claves de su economía en tiempo real, desde cualquier sitio.


En el entorno de su solución Sage 200, el reto es sumar 1.500 clientes más, de los que ya han conseguido, desde el comienzo de su año fiscal el pasado mes de octubre, 600. También la IA tendrá su protagonismo en este entorno con Sage 200 Smart Edition con IA, con el que se espera lograr un crecimiento de doble dígito.

Con sus productos en el área de la gran empresa, X3 y XRT, el desafío es lograr un ascenso de doble dígito con el primero en España, algo que no se logró el año pasado (sí en Portugal). "Vamos a apoyarnos en el canal especialista para crecer en los segmentos verticales y no a través de grandes proyectos".

Inteligencia artificial

Además de incluirla en sus productos, Martín Zabala aseguró que la IA forma parte del día a día de Sage. "Juega un papel esencial en la atención a los clientes, con la automatización de procesos; y en la generación de campañas de marketing".

Además, Sage ha firmado un acuerdo estratégico con la *startup* portuguesa Augusta Labs, especializada en IA, que se integrará dentro del equipo de ingeniería de Sage, "lo que representa que desde Iberia se exporta innovación y conocimiento al resto del grupo", afirmó.

Sage Iberia dispone de un *hub* en Barcelona, para dar soporte a toda Europa, que funciona desde el pasado año, y en el que trabajan 650 ingenieros. 



Tenemos toda la información que necesitas

Para profesionales del canal de distribución TIC



Newsbook
Negocios
en informática
Newsbook.es

Para los CISO de las compañías



ciberseguridadTIC.es

Para el C-Level de mediana y gran empresa



directorTIC
directorTIC.es

Para gerentes de pymes



PYMES
revistapymes.es

POS, captura de datos y retail



tpvnews
tpvnews.es

La firma ofrece servicios, financiación y gestión del ciclo de vida

Rossellimac refuerza su propuesta para el canal en el entorno corporativo

Rossellimac organizó un evento dirigido a empresas y profesionales en el que presentó las principales novedades de Apple aplicadas al entorno corporativo. El encuentro sirvió también para poner en valor los 20 años de trayectoria de la compañía, fundada en 2005, que se ha consolidado como socio tecnológico especializado en el ecosistema Apple, con cerca de 300 empleados y 28 puntos de venta.

Durante la jornada se abordó la evolución del Mac en el ámbito empresarial, donde ha dejado de estar vinculado exclusivamente a perfiles creativos para convertirse en una herramienta cada vez más presente en grandes compañías, entidades financieras, hospitales y empresas tecnológicas. En este contexto, la transición a los chips Apple Silicon centró buena parte de la atención, al suponer avances significativos en rendimiento, eficiencia energética y capacidades relacionadas con la inteligencia artificial.

El evento también puso el foco en la experiencia de usuario como uno de los principales factores diferenciales de los dispositivos Apple. Aspectos como la autonomía de la batería, la calidad de las pantallas, el sonido y la integración entre los distintos productos del ecosistema fueron señalados como elementos clave para mejorar la productividad y optimizar el trabajo diario de los empleados en entornos profesionales. Asimismo, se presentaron las soluciones de Apple orientadas a la gestión y la seguridad en empresas, que permiten una implantación ágil y remota de los dispositivos.

Propuesta para el canal


En este contexto, Rossellimac destacó el valor añadido que ofrece a distribuidores y clientes profesionales a través de su modelo de acompañamiento integral.

Durante la sesión se subrayó el papel de Rossellimac como Apple Premium Partner, una certificación que acredita su acceso a soluciones avanzadas, herramientas exclusivas y programas de formación continua validados por Apple. Este estatus permite a la compañía poner a disposición del canal un catálogo profesional con más de 5.000 referencias y más de 140 marcas, además de servicios técnicos certificados con piezas oficiales y elevados estándares de calidad, garantizando una experiencia alineada con los requisitos de la marca.


Otro de los ejes destacados fue el enfoque consultivo de Rossellimac, que acompaña a distribuidores y empresas desde la fase inicial de análisis hasta



Rossellimac reunió a empresas y profesionales en un evento en el que dio a conocer las últimas novedades de Apple aplicadas al entorno corporativo, al tiempo que celebró sus 20 años de trayectoria como socio tecnológico especializado en el ecosistema de la marca. La jornada puso el foco en la propuesta de servicios con la que la compañía refuerza su apuesta por el mercado profesional y el canal.

 Bárbara Madariaga

la implantación, gestión y renovación tecnológica. La compañía insistió en la importancia de diseñar soluciones personalizadas, alejadas de paquetes cerrados, capaces de adaptarse a necesidades diversas en ámbitos como la movilidad, la seguridad, el crecimiento o la gestión de dispositivos. Este modelo se apoya en un equipo técnico con amplia experiencia, orientado no solo a la resolución de incidencias, sino también a la prevención y optimización de los entornos tecnológicos.

Por último, Rossellimac presentó las ventajas de su oferta de servicios financieros y de gestión del ciclo de vida de los dispositivos, que incluye fórmulas como *renting*, *leasing*, recompra y reciclaje certificado. Estas soluciones permiten a distribuidores y empresas acceder a tecnología actualizada sin grandes inversiones iniciales, facilitar la renovación de equipos y maximizar el valor residual de los dispositivos. Como novedad, la compañía anunció el lanzamiento de una nueva plataforma digital para empresas que centraliza pedidos, precios personalizados, roles de compra y la gestión de distintas sedes, reforzando su apuesta por simplificar la operativa diaria y aportar una mayor eficiencia al canal profesional. 

La firma presenta su calendario para febrero y marzo

Gadesoft impulsa la formación en IA y ciberseguridad

Gadesoft inicia 2026 con una oferta formativa centrada en inteligencia artificial, seguridad y herramientas de Microsoft. Durante febrero y marzo, profesionales y equipos podrán acceder a **workshops** gratuitos y programas avanzados pensados para mejorar las habilidades técnicas y aplicar soluciones reales en el entorno laboral.

En un contexto en el que las competencias digitales y la inteligencia artificial se han vuelto cada vez más demandadas por empresas y profesionales, la formación especializada se consolida como un elemento estratégico para mantenerse competitivo. Actualizar conocimientos en áreas como programación, ciberseguridad y herramientas de productividad se ha convertido en un factor determinante para adaptarse a los cambios tecnológicos y afrontar los desafíos del mercado laboral.

Consciente de esta realidad, Gadesoft acaba de presentar su calendario de **workshops** gratuitos y programas avanzados para febrero y marzo. La formación está diseñada para profesionales que desean mejorar sus habilidades técnicas sin interferir con su jornada laboral, ya que todas las sesiones se impartirán en modalidad **online** por la tarde.

Durante febrero, los participantes podrán asistir a talleres centrados en analítica de datos, *machine learning* y seguridad. Entre las actividades destacan sesiones sobre la configuración de Lakehouse, analítica en tiempo real, protección de entornos en


Azure con Microsoft Defender y operaciones de seguridad SIEM con Microsoft Sentinel. La programación de **workshops** se completa con formaciones sobre Microsoft Copilot y la creación de agentes personalizados mediante su SDK, dirigidas a quienes buscan profundizar en inteligencia artificial aplicada al trabajo diario.



En marzo, la oferta continúa con talleres sobre seguridad y cumplimiento en Microsoft 365 Copilot, así como el uso de GitHub Copilot. Estas sesiones están orientadas a optimizar la productividad y la seguridad de los equipos mediante la integración de IA y herramientas de automatización.

Programas avanzados

Además de los **workshops**, la compañía ofrece programas avanzados de formación con certificaciones oficiales de Microsoft. El Programa Avanzado en Copilot M365 se desarrollará entre febrero y junio, combinando fundamentos de inteligencia artificial, integración de Copilot en Microsoft 365 y Teams, análisis de datos con Power BI y gobernanza de IA. Por su parte, el Programa Avanzado de Seguridad de Microsoft abordará la protección de identidades, dispositivos y entornos **cloud**, incluyendo la seguridad en la nube, la gestión de amenazas y el uso de Copilot en entornos seguros. Todos los programas avanzados cuentan con un número limitado de participantes y son bonificables a través de formación profesional, lo que permite a los asistentes optimizar su inversión educativa. La metodología se centra en la práctica, con demostraciones y casos reales, buscando que los conocimientos puedan aplicarse directamente en el entorno laboral.

Así las cosas, con esta planificación, Gadesoft refuerza su apuesta por la formación tecnológica continua y pone a disposición del canal las herramientas necesarias para afrontar los retos de un mercado laboral cada vez más digital y competitivo. 

Las principales consultoras prevén un 2026 marcado por la presión en la cadena de suministro




El mercado mundial del PC consolida su recuperación en 2025

Según IDC, los envíos globales alcanzaron los 284,7 millones de unidades en 2025, un 8,1 % más que en 2024. Gartner, por su parte, sitúa el volumen anual por encima de los 270 millones de unidades, con un crecimiento interanual del 9,1 %. Omdia aporta una cifra intermedia, estimando que los envíos de sobremesas, portátiles y estaciones de trabajo alcanzaron los 278,7 millones de unidades, también con un crecimiento del 9,1 % respecto al año anterior. En conjunto, las tres firmas confirman un cambio de tendencia tras las fuertes caídas registradas en 2022 y 2023.

El cuarto trimestre fue especialmente relevante para consolidar esta recuperación. IDC calcula que los envíos crecieron un 9,6 % interanual hasta los 76,4 millones de uni-

El mercado mundial de ordenadores personales cerró 2025 creciendo, confirmando la recuperación del sector tras varios años de ajuste. Los datos de las principales consultoras coinciden en señalar un ejercicio claramente positivo, impulsado por los ciclos de renovación, la anticipación de inventarios y un entorno de demanda más dinámico de lo previsto.

 Bárbara Madariaga

dades, mientras que Gartner cifra el trimestre en 71,5 millones de equipos, un 9,3 % más que en el mismo periodo de 2024. Omdia, por su parte, sitúa los envíos del trimestre en 74 millones de unidades, lo que supone un

incremento del 9,1 % interanual. Este buen comportamiento estuvo impulsado tanto por la demanda de consumo como, sobre todo, por la renovación de equipos en el entorno empresarial.

La escasez de memoria será uno de los grandes factores de volatilidad en 2026

Uno de los principales catalizadores del mercado en 2025 fue el final del soporte de Windows 10, que aceleró la sustitución de parques de PC en empresas y organismos públicos. A este factor se sumaron la volatilidad arancelaria y la previsión de subidas de precios en componentes esenciales, especialmente la memoria y el almacenamiento, lo que llevó a fabricantes y distribuidores a anticipar pedidos y asegurar inventarios durante la segunda mitad del año.

Tensión en la cadena de suministro

En este contexto, Omdia subraya que, aunque el comportamiento del mercado fue saludable, las tensiones en la cadena de suministro se intensificaron a partir de mediados de año. Entre el primer y el cuarto trimestre de 2025, los costes de la memoria y el almacenamiento para PC aumentaron entre un 40 % y un 70 %, una presión que empezó a trasladarse a los precios finales. En diciembre, varios fabricantes ya comenzaron a advertir de subidas de precios de cara a 2026. Según Ben Yeh, analista principal de Omdia, "con un suministro ajustado en 2026, la industria está priorizando configuraciones de gama alta y ajustando las especificaciones de los equipos de gama media y baja para proteger los márgenes".

IDC coincide en que la escasez de memoria será uno de los grandes factores de volatilidad en 2026. La consultora advierte de que podrían producirse ajustes en las especificaciones medias de los PC para preservar inventario, lo que afectará tanto a fabricantes como al canal de distribución. Para Jean Philippe Bouchard, vicepresidente de investigación de IDC, "el mercado será muy diferente dentro de 12 meses, dado lo rápido que evoluciona la situación de la memoria".

Para el canal, este escenario ha generado oportunidades y desafíos. El fuerte aumento de la demanda de equipos disponibles para entrega inmediata y de servicios de valor añadido ha beneficiado a los *partners* mejor posicionados, pero la gestión de inventarios, la negociación con proveedores y la protección de los márgenes se perfilan como factores críticos para 2026. Omdia señala que, aunque la demanda de sustitución aún no se ha agotado, la oferta no cubrirá completamente las necesidades

del mercado, lo que dará ventaja a los fabricantes y distribuidores con mayor capacidad de aprovisionamiento y mayor credibilidad frente a los proveedores de componentes.

En cuanto a la evolución de precios, IDC y Omdia prevén que los ASP aumenten en 2026, ya que los fabricantes tenderán a priorizar sistemas de gama media y alta para compensar el incremento de costes. Gartner añade que, aunque en el tramo final de 2025 las promociones ayudaron a contener los precios, este equilibrio será más difícil de mantener el próximo año. En este escenario, el canal tiene margen para reforzar su propuesta de valor a través de paquetes *premium*, servicios postventa y soluciones corporativas, donde la rentabilidad es más sostenible que en el segmento de bajo coste.

Por segmentos, Omdia destaca el buen comportamiento de los portátiles, con 57,8 millones de unidades enviadas en el cuarto trimestre y 219,7 millones en el conjunto del año, lo que supone un crecimiento del 7,5 % en 2025. Los PC de sobremesa, incluidos los puestos de trabajo, alcanzaron 16,3 millones de unidades en el trimestre y 59,1 millones en el año, con un crecimiento del 14,5 %, reflejando una recuperación más intensa en este segmento.



Lenovo, HP y Dell mantuvieron su liderazgo a nivel mundial

Ranking de fabricantes

En el *ranking* de fabricantes, no se produjeron cambios relevantes. Lenovo, HP y Dell mantuvieron su liderazgo a nivel mundial. Omdia señala que Lenovo en-

cabezó el mercado tanto en el trimestre como en el conjunto del año, con 71 millones de unidades enviadas en 2025 y un crecimiento interanual del 14,6 %. HP ocupó la segunda posición, mientras que Dell firmó su mejor trimestre del año en el cuarto trimestre, con un crecimiento interanual del 18 %. Apple se mantuvo en cuarta posición y destacó como el fabricante de mayor crecimiento anual, con un avance del 16,4 %, mientras que Asus cerró el top cinco con un crecimiento del 7 % en el último trimestre.

De cara a 2026, las consultoras coinciden en anticipar un entorno más complejo. Una encuesta de Omdia realizada en noviembre de 2025 entre *partners* B2B revela que el 57 % espera crecimiento en su negocio de PC en 2026, apoyado en una demanda aún sólida. Sin embargo, el verdadero factor diferencial será la capacidad de fabricantes y distribuidores para gestionar la escasez de memoria y almacenamiento, negociar el suministro y adaptar su oferta a un mercado más volátil.

Oportunidades para el canal

Para el canal, este escenario ha generado oportunidades y desafíos. El fuerte aumento de la demanda de equipos disponibles para entrega inmediata y de servicios de valor añadido ha beneficiado a los *partners* mejor posicionados, pero la gestión de inventarios, la negociación con proveedores y la protección de los márgenes se perfilan como factores críticos para 2026. Omdia señala que, aunque la demanda de sustitución aún no se ha agotado, la oferta no cubrirá completamente las necesidades

La gobernanza de la IA: el nuevo paradigma de la ciberseguridad

La integración progresiva de la inteligencia artificial en los entornos digitales ha ampliado el alcance tradicional de la ciberseguridad. En 2026, a la garantía de la seguridad mediante la protección de los sistemas, se ha incorporado la necesidad de gobernar de forma adecuada los procesos automatizados, garantizando con ello la responsabilidad, la seguridad normativa y la confianza en un ecosistema digital cada vez más interconectado.

En 2026 la ciberseguridad se ha consolidado como piedra angular de la gobernanza digital, estrechamente vinculada al despliegue de la inteligencia artificial. La incorporación progresiva de sistemas de IA en infraestructuras y servicios ha contribuido a una evolución en la naturaleza del riesgo donde, a la protección de los sistemas frente a fallos o ataques externos, se ha incorporado la necesidad de garantizar la supervisión y la responsabilidad de acciones cada vez más automatizadas cuyas consecuencias trascienden el ámbito técnico.

Durante años, la ciberseguridad se articuló desde una lógica predominantemente técnica, basada en controles, herramientas y capacidades de respuesta; un enfoque necesario pero insuficiente ante el paradigma actual de la IA. La velocidad, la autonomía y la complejidad de la integración algorítmica han desplazado el impacto desde el plano estrictamente operativo hacia dimensiones como la trazabilidad normativa y la coherencia ética en procesos de decisión, con efectos directos sobre la resiliencia estratégica y el ecosistema digital.

El análisis del panorama actual confirma esta transición. Informes de referencia como el Verizon Data Breach Investigations Report (DBIR, 2025) exponen que los incidentes de mayor relevancia continúan originándose en vectores conocidos –uso indebido de credenciales, ingeniería social o accesos no autorizados–, intensificados por la automatiza-



"La ciberseguridad se ha consolidado como piedra angular de la gobernanza digital"

ción y el uso de la inteligencia artificial, evidenciando una amplificación de las dinámicas ya existentes en lo que se refiere a la reducción de los márgenes de actuación y la aceleración de los tiempos de impacto, circunstancias que hacen necesarias respuestas de carácter más estructural.

En este contexto, los órganos de dirección deben determinar además de qué tecnologías de IA se van a adoptar, cómo se van a gobernar los procesos de decisión en los que éstas intervienen, configurándose por ende como un elemento estructural de la ciberseguridad con implicaciones relevantes que incluyen el establecimiento de límites a la au-

tonomía de los sistemas, la integración de mecanismos efectivos de supervisión humana y, por último, la asignación y definición de la trazabilidad de las decisiones y responsabilidades asociadas, aportando con ello coherencia, previsibilidad y estabilidad en entornos cada vez más complejos.

El impulso de las tecnologías innovadoras en los ecosistemas de conectividad —respaldado por la reciente propuesta de la Ley de Redes Digitales y la Ley de Servicios Digitales— enfatiza la necesidad de avanzar con mayor rapidez en el fortalecimiento de la seguridad jurídica y la resiliencia digital. Este marco normativo, aunado a la normalización técnica de la nueva norma ETSI EN 304 223, establece los requisitos críticos de ciberseguridad necesarios para los sistemas y modelos de IA, orientados a garantizar un despliegue confiable, ético y ro-

busto en el mercado de la UE.

La integración estratégica de estos marcos regulatorios y técnicos otorga a las organizaciones una ventaja competitiva sostenible al reforzar su posicionamiento a largo plazo a través de la credibilidad y la capacidad de adaptación, fundamentándose la seguridad digital en una toma de decisiones coherente e informada y en una gobernanza capaz de sostener la confianza, configurándose como un modelo estratégico esencial para gestionar una tecnología que ya forma parte estructural de las organizaciones y de la sociedad.

Laura González
Asociada de Women4Cyber

La feria consolida su papel como impulsor de los avances tecnológicos

CES 2026: crisol para la innovación



Foto Cortesía de CTA

CES 2026 ha convertido a Las Vegas, una vez más, en el punto de encuentro de la industria tecnológica al comienzo del año. Durante cuatro días, más de 4.100 expositores mostraron los productos y las soluciones que llegarán al mercado a lo largo del año. Al mismo tiempo, ha sido el marco elegido por los expertos y los directivos de los grandes actores del sector para dar a conocer las tendencias y las estrategias que desarrollarán durante los próximos meses con el fin de impulsar la innovación y responder a los nuevos desafíos que tiene ante sí la sociedad.

 Rosa Martín

Gary Shapiro, presidente ejecutivo y CEO de la Consumer Technology Association (CTA), entidad que organiza CES, calificó a la feria como "el campo de pruebas más poderoso para la innovación". Los datos de la edición de este año del salón corroboran esta afirmación ya que ha logrado superar las 4.000 empresas expositoras, destacando la presencia de 1.200 *startups*, 148.000 asistentes, 400 conferencias con más de 1.300 ponentes y una representación guber-

CES se ha
constituido como
un escaparate
tecnológico
global

namental que ha superado los 200 asistentes. La feria, concebida como un centro que, más que anticipar muestra las tendencias de futuro, ha celebrado su edición más grande tras la pandemia y ha sido capaz de congrega a líderes empresariales y responsables de la toma de decisiones ya que el 55 % de los asistentes tenía un perfil de alta dirección. "Líderes globales, *startups* y responsables políticos se unieron para destacar las tecnologías que definirán la próxima década de crecimiento económico y competitividad", resaltó Shapiro.

CES 2026 ha mantenido su misión de escaparate tecnológico, concentrando las novedades más innovadoras en diversos campos. *Wearables*, soluciones para empresas, para la salud, la movilidad, la robótica o productos que integran la inteligencia artificial cobraron protagonismo durante los cuatro días de la exhibición.

"La innovación presentada, que abarca IA, cuántica, movilidad, robótica, salud y mucho más, subraya a CES como el escenario global donde las ideas audaces pasan de la visión a la realidad", comentó Kinsey Fabrizio, presidente de CTA.

Procesadores

A la cita de CES no faltaron los principales proveedores de procesadores. AMD presentó su visión para llevar la IA a todas partes a través de la ponencia de su presidenta y CEO, Lisa Su. En esta exposición, la directiva explicó el papel que desempeña su ecosistema de socios para hacer realidad este objetivo y cómo AMD está construyendo una base informática para la nueva fase de la computación a escala *yotta*, que es la base para la aceleración de la adopción de la IA.

Facilitó detalles de la plataforma AMD "Helios" que a escala de *rack* es el modelo para una infraestructura a escala *yotta*, ofreciendo hasta 3 *exaflops* de IA de rendimiento en un solo *rack*. Esta plataforma está impulsada por aceleradores AMD Instinct MI455X, CPU AMD EPYC "Venice" y tarjetas AMD Pensando "Vulcano" para redes escalables, todos unificados a través del ecosistema abierto de software AMD ROCm. Al mismo tiempo, la compañía presentó el catálogo completo de aceleradores AMD Instinct MI400 Series y avanzó las características de la próxima generación de GPU MI500.

AMD aprovechó su paso por CES para presentar otras novedades como las plataformas AMD Ryzen AI 400 Series y Ryzen AI PRO

400 Series de próxima generación o los procesadores embebidos Ryzen AI, una nueva cartera de procesadores x86 embebidos diseñados para impulsar aplicaciones impulsadas por IA en el *edge*.

Intel fue otro proveedor que acudió a CES para mostrar la plataforma Core Ultra Serie 3, que es la primera plataforma de PC con IA fabricada con la tecnología de proceso Intel 18A que se ha diseñado y producido en Estados Unidos y está pensada para diversas aplicaciones. Dentro de esta serie se encuentra la gama de procesadores móviles Intel Core Ultra X9 y X7, que están equipados con los gráficos Intel Arc y se han

pensado para usuarios multitarea. Los modelos de gama alta cuentan con hasta 16 núcleos de CPU, 12 núcleos Xe y 50 TOPS de NPU.

Dentro de esta familia hay procesadores desarrollados para potenciar los sistemas portátiles de uso general para dotar a los equipos de un mayor rendimiento a un precio más competitivo. Y también Intel ha preparado nuevos procesadores dentro de esta familia para el *edge* que están certificados para casos de uso embebidos e industriales.



Foto Cortesía de CTA

Gary Shapiro,
presidente ejecutivo y CEO de la Consumer Technology Association (CTA)

“CES es el campo de pruebas más poderoso para la innovación”

Otro proveedor que apostó por CES para presentar sus nuevas soluciones fue Qualcomm, quien presentó la plataforma Snapdragon X2 Plus, la más reciente incorporación de la serie Snapdragon X, que está diseñada para aportar un mayor rendimiento y rapidez de procesamiento. Ofrece rendimiento para la multitarea, lo que la hace idónea para ultraportátiles PC con Windows 11 Copilot+. Su CPU Qualcomm Oryon de 3ª generación ofrece hasta un 35 % más de rendimiento de CPU en un solo núcleo que la generación anterior, mientras que consume un 4 % menos de energía. Y su NPU integrado Qualcomm Hexagon ofrece 80 TOPS de rendimiento en IA.

PC para la empresa y el consumo

Los especialistas en ordenadores personales no faltaron a la cita anual de CES para exhibir sus nuevos equipos, los desarrollos en los que están trabajando y su visión sobre la evolución de los dispositivos.

HP presentó su nueva gama de soluciones diseñada para impulsar la realización personal con el fin de potenciar, al mismo tiempo, el crecimiento empresarial. Entre los nuevos productos que

presentó figuran el ordenador de sobremesa HP EliteBoard G1A, un PC con IA integral incorporada en el teclado y la nueva serie de portátiles con IA HP EliteBook X G2, pensada para profesionales que requieren altas prestaciones.

Dentro del ámbito profesional, ha presentado también la integración de Microsoft Copilot en los dispositivos HP Office Print, para que los usuarios puedan disfrutar de numerosas ventajas como resúmenes de documentos, traducciones y una organización más inteligente. Y, además, ha introducido mejoras en las funciones de gestión de dispositivos de empleados de su Workforce Experience Platform (WXP). Ha dado a conocer también HP Digital Passport, un sistema que permite a los clientes conocer toda la in-

formación esencial sobre su PC, desde sus características diferenciales hasta las opciones que lo acompañan.

Y en el terreno del consumo ha renovado su oferta con los nuevos modelos HP OmniBook Ultra 14 y HP OmniStudioX de la gama OmniBook. Esta propuesta se ha completado con nuevos dispositivos ergonómicos y sostenibles como un cargador de pared USB-C HP 65W GaN compacto y fundas para portátiles HP Protective. Lenovo fue otro de los grandes proveedores que eligieron CES para presentar sus últimas novedades y sus últimos desarrollos para avanzar en su visión de "una IA más inteligente para

Inteligencia artificial

La inteligencia artificial ha acaparado el protagonismo durante CES. Está incluida en muchos equipos y dispositivos, pero también ha pasado a formar parte de la visión estratégica de las grandes compañías. Samsung expuso su filosofía en esta materia a través de la exposición de TM Roh, *vice chairman*, CEO y presidente de la división Device eXperience. El directivo señaló que "a través de los dispositivos móviles, los televisores, los electrodomésticos, los servicios y nuestras iniciativas de sostenibilidad, Samsung está creando un ecosistema unificado de IA, personalizado y preciso, que abarca todas las categorías y ofrece experiencias más personalizadas e intuitivas a través de diferentes canales".

Un ejemplo de esta visión es el televisor Micro RGB de 130", que gracias a Vision AI Companion, que utiliza inteligencia artificial, se convierte en un compañero de entrenamiento completo que ayuda al usuario a obtener consejos sobre qué ver, qué comer y qué música escuchar.

Lenovo eligió CES para presentar Qira, una inteligencia que tiene consciencia contextual y que se encuentra disponible en todos los dispositivos sin que el usuario tenga que abrir, cambiar o activar una aplicación separada. Este sistema de inteligencia personal ambiental se denominará Lenovo Qira y Motorola Qira en las respecti-

vas líneas de dispositivos. Aprenderá, tras obtener permiso, de las interacciones del usuario y anticipará las necesidades y actuará de manera natural y personal. "Lenovo Qira no es solo un asistente más; se trata de una nueva forma de inteligencia que estará presente en todos los dispositivos", destacó Dan Dery, vicepresidente de Ecosistema IA del Grupo de Dispositivos Inteligentes de Lenovo. "Nuestro objetivo es lograr que la IA funcione menos como una herramienta que utilizamos y más como una inteligencia que trabaja a nuestro lado, de manera continua y natural", añadió.

TP-Link también está apostando por la IA y en el marco de CES facilitó los detalles de Aired, su nuevo asistente de inteligencia artificial para mejorar la gestión del *wifi* en el hogar mediante lenguaje natural. Este asistente facilita la resolución de tareas complejas en la gestión de las redes *wifi* en casa y en los dispositivos del hogar inteligente mediante la voz. Funciona de manera coordinada con *routers*, cámaras, bombillas y otros dispositivos conectados, facilitando el control de manera más sencilla e intuitiva mediante el lenguaje natural. Según señala la compañía, el usuario solo tiene que describir el problema para que Aired lo interprete y ofrezca los pasos exactos para resolverlo.



todos". En el terreno de la empresa ha presentado las actualizaciones de la línea ThinkPad X1 Aura Edition, el nuevo ThinkPad X9 15p Aura Edition centrado

en el rendimiento, el ThinkBook Plus Gen 7 Auto Twist con formato adaptativo y la nueva serie de dispositivos de sobremesa ThinkCentre X Series. Además, ha ampliado su gama de accesorios y ha mejorado el Lenovo Premier Support.

Entre sus nuevos productos destacaron también los nuevos ThinkPad X1 Carbon Gen 14 Aura Edition y ThinkPad X1 2-in-1 Gen 11 Aura Edition que integran IA y están pen-

sados para redefinir lo que los profesionales pueden hacer con un equipo premium.

Lenovo también aprovechó su paso por la feria para presentar sus desarrollos y los nuevos conceptos en los que está trabajando. Uno de ellos

es el ThinkPad Rollable XD Concept, un diseño que reinventa el portátil y aumenta el área de la pantalla para garantizar la multitarea y la colaboración. El ThinkBook Plus Gen 6 Rollable AI lap-

top es un concepto de dispositivo capaz de transformarse desde un ordenador compacto de 13,3" a un espacio de trabajo de casi 16" para facilitar el trabajo multitarea durante los desplazamientos y los flujos de trabajo adapta-

tivos. Este PC ofrece a los usuarios casi un 50 % más de área de pantalla sin necesidad de transportar un dispositivo de 16".

Este fabricante también renovó su oferta de consumo con numerosas propuestas entre las que figuran el Yoga Pro 9i Aura Edition, nuevos ordenadores con IA de sobremesa Yoga, entre los que destacan el modelo Yoga AIO i Aura Edition, diseñado para ofrecer contenido visual OLED envolvente e iluminación ambiental, y el Yoga Mini i, con un tamaño reducido que cabe en la palma de la mano,

nuevos portátiles IdePad para creadores y el dispositivo Yoga de 14" más ligero hasta la fecha, el Yoga Slim 7i Ultra Aura Edition.

No faltó a la feria Acer con una completa oferta de equipos con procesadores tanto de Intel

La inteligencia artificial está presente en la mayoría de los dispositivos

top es un concepto de dispositivo capaz de transformarse desde un ordenador compacto de 13,3" a un espacio de trabajo de casi 16" para facilitar el trabajo multitarea durante los desplazamientos y los flujos de trabajo adapta-

como de AMD. Presentó una nueva gama de PC Aspire AI Copilot+ con procesadores Intel Core Ultra Serie 3. Esta serie, compuesta por modelos de 14 y 16" con opciones de pantalla OLED y capacidades integradas de IA, ofrece chasis delgados y ligeros y diseños centrados en el usuario. Gracias a los procesadores Core Ultra 9 386H, mejoran la productividad y las capacidades creativas para una gran variedad de tareas y, además, cuentan con hasta 32 GB de memoria y hasta 2 TB de almacenamiento SSD PCIe Gen 4, lo que hace que estén indicados para entornos de trabajo híbridos.

Acer también ha renovado su gama de portátiles Swift AI, una nueva generación de PC Copilot+ para Windows 11 diseñados para profesionales. La nueva gama, que integra procesadores Intel Core Ultra X9 Series 3, se compone de varios modelos: el Swift 16 AI, el Swift Edge AI, que pesa menos de 1 kg, y el Swift Go AI, disponible en 14 y 16".

Sus novedades con procesadores AMD incluyeron nuevos portátiles con procesadores Ryzen AI 400 Series, que ofrecen experiencias Copilot+ para PC en Windows 11. En esta nueva gama se encuentra el modelo Acer Swift Go 16 AI (SFG16-A71/T) que integra procesadores AMD Ryzen AI 9 465 y gráficos AMD Radeon 880M, pantalla OLED WUXGA+ y funciones mejoradas por IA para la productividad diaria. Dentro de esta serie se encuentran los modelos Acer Aspire 14 AI (A14-A71M/T) y Acer Aspire 16 AI (A16-A71M/T) que están optimizados con una batería de varios días de duración para un uso prolongado.

Acer también presentó una estación de tra-

bajo de la gama Veriton, el modelo RA100 AI Mini Workstation, diseñada para prosumidores, creadores y jugadores, impulsada por pro-

riton 2000 All-In-One de sobremesa, que integra procesadores Intel Core Ultra con gráficos Intel y que está diseñado para pymes.

Otra marca presente en CES fue Asus, que eligió la feria para presentar sus novedades para entornos profesionales y de consumo. En el apartado profesional dio a conocer las novedades de la serie Expert P y B, compuesta por portátiles y ordenadores de sobremesa con procesadores Intel Core Ultra Series 3 o AMD Ryzen, Chromebooks con funciones de IA y el ExpertBook Ultra. Este último es un modelo avanzado que integra un procesador Intel Core Ultra X9 Series 3 con hasta 50 TOPS de rendimiento NPU, lo que hace que esté indicado para la multitarea y cargas de trabajo exigentes de IA.

Para el mercado de consumo presentó el portátil convertible de 13" diseñado

en colaboración con GoPro, el ProArt Edición GoPro, la tableta ProArt PZ14, desmontable ultraligera de 0,79 kg y 14"

con procesador Snapdragon, un nuevo portátil con Snapdragon X2 Elite Extreme, el modelo Zenbook A16, que tiene una pantalla OLED 3K de 16" y el modelo Zenbook Duo. Este último

presenta un nuevo diseño ligero fabricado en Ceraluminum que tiene dos pantallas OLED Asus Lumina Pro 3K de 14" y un procesador Intel Core Ultra X9 Series 3. El equipo tiene una nueva bisagra oculta para reducir el espacio entre pantallas y un sistema de doble batería que suma 99Wh para alargar la autonomía. El ecosistema de nuevos productos de Asus se completó con nuevos equipos sobremesa y *all in one* como la mini torre Asus V700 y la mini torre de sobremesa Asus V500, y el Asus VM441QA AiO, que integra el procesador Snapdragon de Qualcomm.



Foto Cortesía de CTA

Lisa Su,
presidenta y CEO de AMD

Las grandes marcas del mundo del PC no faltaron a la cita de CES

cesadores AMD Ryzen AI Max+ 395 y diseñada para cargas de trabajo de IA. Dentro de la gama Veriton presentó los ordenadores de sobremesa All-In-One Acer Veriton Vero 4000 y 6000, contruidos con materiales reciclados, que integran procesadores Intel Core Ultra. Esta gama se completa con el modelo Veriton 2000 Large Tower, para productores de contenido, y el Acer Ve-





CES fue el marco elegido por Samsung para dar a conocer las características de sus nuevos portátiles de la serie Galaxy Book: el Galaxy Book6 Ultra, el Galaxy Book6 Pro y el Galaxy Book6. Estos equipos, diseñados para ofrecer una mejor productividad gracias a la inteligencia artificial, destacan por su chasis ultrafino y equilibrado. Están equipados con procesadores Intel Core Ultra Series 3 e incluyen la última GPU para portátiles Nvidia GeForce RTX 5070/5060. Esta serie destaca también por su sistema de refrigeración que ofrece un funcionamiento eficiente y constante. Además, la serie Pro utiliza por primera vez una cámara de vapor, que distribuye el calor de manera más uniforme para mantener los dispositivos refrigerados y garantizar la capacidad de respuesta bajo cargas de trabajo pesadas. Estos modelos ofrecen una pantalla mejorada que ofrece imágenes vívidas y de alto contraste con una claridad óptima en cualquier condición de iluminación y cuentan con una batería de carga ultrarrápida.

Gaming

Los PC y dispositivos para jugar se han consolidado en el mercado y siguen siendo prioritarios



para los fabricantes y los jugadores. HP anunció la unión de sus dos marcas OMEN e HyperX para dar paso a HyperX como enseña principal con el nuevo HyperX OMEN MAX 16 como producto estrella, que se presenta como el portátil *gaming* más potente del mundo, con un sistema de refrigeración totalmente interno. Este equipo está disponible con procesadores Intel Core Ultra

200HX y procesadores AMD Ryzen AI de próxima generación, y con GPU Nvidia GeForce RTX 5090 para garantizar un juego ultrarrápido, fluido e inmersivo.

Asus Republic of Gamers (ROG) celebró sus 20 años de innovación con la renovación de su propuesta. Entre estas novedades destacan los nuevos portátiles de la gama ROG Zephyrus, que se distingue por su potencia, chasis elegante y funciones inteligentes basadas en IA y refrigeración eficiente. Fruto de la colaboración con el estudio Kojima Productions presentó el ROG Flow Z13-KJP que es una potente plataforma 2 en 1 que se transforma en un equipo de *gaming*, una tableta para la cre-

ación, un puesto de trabajo o un equipo ultra portátil.

Dentro de la nueva propuesta de ROG también se encuentra el ordenador de *gaming* de sobremesa ROG G1000 que ofrece innovación holográfica. Este equipo cuenta con el ventilador AniMe Holo, un sistema de ventilador holográfico que puede proyectar imágenes hologra-

mas personalizables, transformando el entorno en un medio de expresión personal. Además de las placas bases y monitores para *gaming* ha presentado unas gafas de realidad virtual. Se trata del modelo ROG XREAL R1, las primeras lentes micro-OLED FHD AR de 240Hz del mundo con base de control ROG.

Acer también renovó su propuesta de *gaming* con nuevos portátiles con procesadores Intel Core Ultra Series 3, combinados con GPU NVIDIA GeForce RTX 50 Series Laptop, para ofrecer rendimiento y capacidades habilitadas por IA. Esta nueva gama incluye los portátiles para jugar Predator Helios Neo 16S AI, Acer Nitro V 16 AI y Acer Nitro V 16S AI.

Lenovo fue otra de las marcas que mostraron su oferta para jugar. Entre estos productos destacó el modelo Legion Go, impulsado por SteamOS que ofrece un rendimiento de nivel sobremesa y la sencillez de uso de una consola. Cuenta con un procesador AMD Ryzen Z2 Extreme, memoria hasta 32 GB1 LPDDR5X y almacenamiento hasta 2 TB1 PCIe SSD (expandible hasta 2 TB1 adicionales mediante microSD).

Pantallas

Las pantallas también tuvieron su espacio en la feria. LG presentó su nueva propuesta de monitores prémium para *gaming* a través de la gama LG UltraGear evo, que se compone de tres modelos de 39, 27 y 52" que integran la tecnología de reescalado por IA en 5K. El modelo más grande de esta gama, el LG UltraGear evo G9 de 52" (52G930B), inaugura una nueva categoría de pantallas *gaming* de gran formato. Ofrece una tasa de refresco de 240 Hz y una altura de visión vertical de un 16:9 estándar de 42" y se extiende horizontalmente hasta un amplio formato panorámico 12:9.

Samsung aprovechó su paso por el salón para presentar sus nuevos monitores Odyssey para juegos. En esta nueva serie, compuesta por

cinco modelos, destaca el Odyssey G9 3D 6K, una pantalla 6K con 3D que no necesita gafas, lo que supone una nueva forma de disfrutar de los juegos en un monitor. El seguimiento ocular en tiempo real ajusta la profundidad y la perspectiva en función de la posición del espectador, lo que crea una sensación de dimensión en capas para una experiencia de juego fluida e ininte-



rrumpida. Ofrece una resolución 6K, una frecuencia de actualización de 165 Hz aumentada a 330 Hz mediante el modo dual, y un tiempo de respuesta GtG de 1 ms.

En el terreno del *gaming*, Acer presentó varios modelos nuevos, aunque sobresale el monitor Predator XB273U F6 de 27", que cuenta con una tasa de refresco de 500 Hz y es ideal para es-

merosos ámbitos. Uno de ellos es sanitario. Dentro de este campo, Samsung dio a conocer su visión para la atención sanitaria inteligente gracias a su ecosistema integrado de dispositivos. A través del asistente integral "Samsung Health Assistant" ofrecerá una experiencia de salud personalizada. Integrado en los dispositivos, los usuarios podrán recibir asesoramiento

personalizado para adquirir hábitos alimenticios más equilibrados, rutinas de sueño más regulares y planes de ejercicio seleccionados.

Withings llevó a la feria su última innovación para mejorar la salud en el hogar. Se trata de Body Scan 2, una estación de longevidad doméstica para medir más de 60 biomarcadores. Desarrollada

en colaboración con centros de investigación cardiometabólica de referencia introduce en una báscula doméstica una notificación de riesgo de hipertensión, una evaluación completa de la eficiencia de bombeo cardíaco mediante cardiografía por impedancia

y una evaluación exhaustiva de la salud celular, la eficiencia metabólica y la regulación glucémica gracias a la espectroscopia de bioimpedancia de frecuencia ultra alta. El objetivo de este producto es establecer una salud preventiva en el hogar.

Por otra parte, no han faltado los nuevos *smartphones* en CES. Motorola ha elegido la feria para

presentar sus nuevos productos de referencia. Uno de ellos es el nuevo *razr fold*, su primer *smartphone* plegable tipo *fold*, que se ha creado para la productividad y el entretenimiento.

Destaca por su pantalla in-

terna LTPO 2K de 8,09" que se despliega como un gran lienzo para la multitarea, la creatividad y el contenido inmersivo.

Otro de los nuevos *smartphones* más destacados es el *signature*, un *smartphone* ultradelgado con cuatro cámaras de 50 MP, que viene equipado con la plataforma móvil Snapdragon 8 Gen 5 de 3 nm, lo que garantiza su rendimiento. 

Las tecnologías para mejorar la salud tuvieron su espacio en la feria

ports de alto nivel, ya que los jugadores pueden utilizar su modo Dynamic Frequency and Resolution (DFR) para alcanzar 1000 Hz a 1280 x 720 Hz para una óptima fluidez y precisión.

Otras soluciones

CES 2026 revalidó su posición de escaparate de tendencias y de nuevos productos en nu-



Motorola, la libertad de estar siempre conectado

DMI Computer Distribuidor Oficial



www.dmi.es



Cambiamos el modo de vender tecnología

SOLUCIONES alquiler, renting, financiación



Asesoramiento
sin costes de
gestión



Cualquier
producto
tecnológico puede
ser financiable



Buscamos la
solución que
mejor se adapte
a cada
operación

Contacta con nosotros

Serviciosfinancieros@esprinet.com