



**La red, pilar de la
transformación digital**

España está bien posicionada en infraestructura de red, pero hay margen para mejorar



España destaca por la infraestructura de red dentro de los países europeos y tiene una buena base para acometer los proyectos de digitalización que requieren las empresas, pero todavía puede mejorar y actualizar su equipamiento para profundizar en la economía digital. Al mismo tiempo, el canal puede aprovechar el buen momento que atraviesa el mercado del *networking* que se prevé que siga creciendo en los próximos años.

 Rosa Martín

España avanza en la consecución de los objetivos que establece la brújula digital europea 2030, una hoja de ruta que transcurre durante esta década, que se denomina la "Década digital europea", para impulsar la digitalización de la economía. El último informe presentado sobre el grado de consecución de los objetivos, analizado en el Barómetro de la Economía digital 2025 de AMETIC, sitúa a nuestro país en el puesto octavo, la misma posición que el año anterior, en base a un indicador sintético propio elaborado por la asociación. Entre todos los aspectos medidos nuestro país destaca en el terreno de las infraestructuras digitales ocupando la tercera posición con un valor de 23,8 puntos en una escala de 25 puntos, por encima de la medida de


la Unión Europea de 20,5 puntos. Sin embargo, pierde un puesto respecto al año anterior. Lo más positivo es que obtiene una puntuación alta, cerca del 95 % en todos los indicadores. En redes fijas de muy alta capacidad obtiene un 95 % frente al 82,5 % de la media, en cobertura de fibra hasta las instalaciones (FTTP) alcanza un 94,9 %, frente al 69,2 % de la media de los 27, en cobertura 5G también destaca con un 95,7 %, lo que coloca a nuestro país muy cerca de lograr el 100 % y, por tanto, los objetivos fijados para el año 2030. Además, ha evolucionado de manera positiva en el ámbito de los nodos edge, pasando de los 124 del año anterior a los 301.

Estos datos revelan la fortaleza de nuestro país en el terreno de la infraestructura digital que es la base para la transformación de los

negocios y de la economía, pero también se ha detectado cierta debilidad por la cierta ralentización de su crecimiento, que le ha hecho perder un puesto.

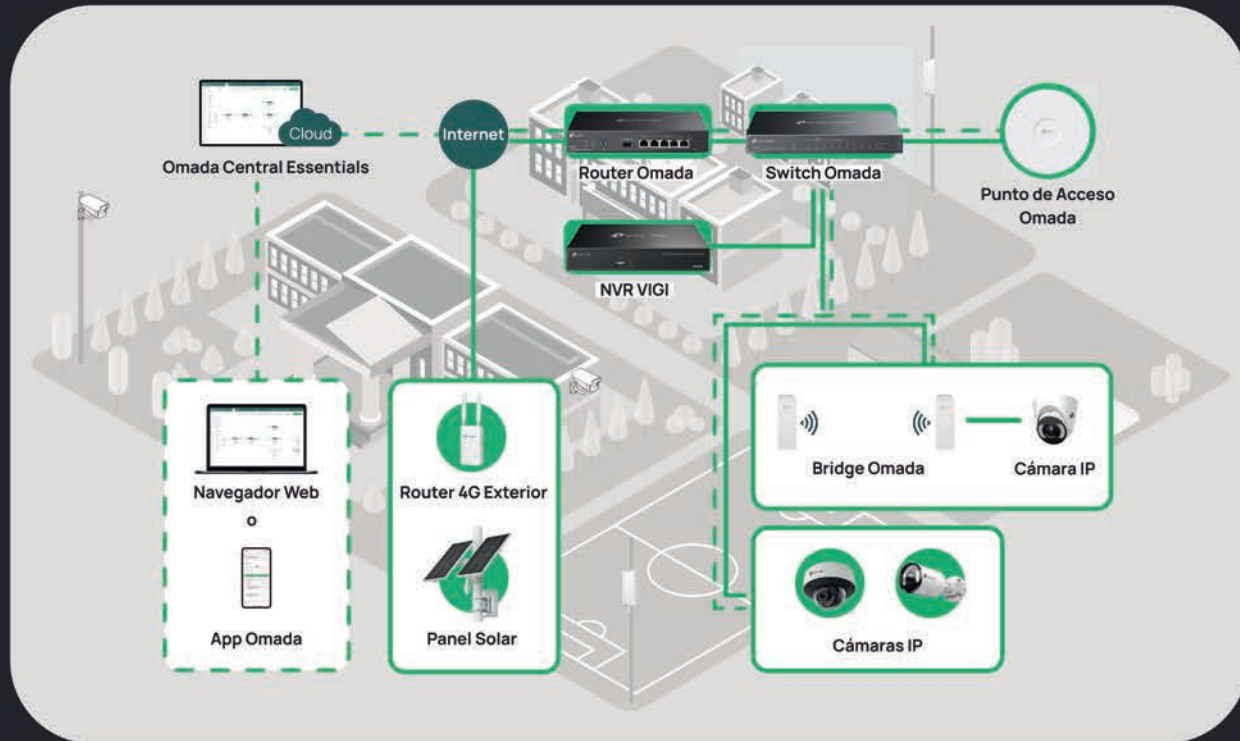
En este panorama, las ventas del equipamiento en el canal reflejan que todavía hay margen para crecer y que tras un periodo inestable los números son positivos como se ha reflejado en los resultados de las ventas contabilizadas por Context. Esta consultora registró en nuestro país a lo largo de 2025 el crecimiento de los sistemas de redes, un aumento que se cifró en el 14,2 %, el 13,5 % y 11,7 %, en el primer, segundo y tercer trimestre, respectivamente. Y, además, entre los meses de octubre y noviembre el incremento fue del 15,6 %. Al cierre del año, contabilizó un incremento del 22 % de las ventas de los *routers* y un 3,3 % de los *switches*.

Previsión

La previsión del mercado global de las redes es que los buenos resultados se mantengan. Un reciente estudio de la firma Dell'Oro Group indica que la demanda de *routers* de gama alta se recuperó en 2025 y se espera que siga creciendo a una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 11 % hasta 2030. Los proveedores de servicios de comunicación, los proveedores de *cloud* y las empresas y el sector público serán los que impulsarán este mercado. De este análisis se desprende que los *routers core* serán los que registren la mayor tasa de crecimiento compuesto en los próximos cinco años, seguidos de los *routers empresariales* de alta gama y luego los *routers edge*. Y, además, la previsión es que la demanda de *routers* aumente en las principales regiones durante los próximos cinco años. Esta misma consultora señala que en el terreno del *wireless* se espera que la adopción de *wifi 7* alcance su máximo en 2029. Y estima que seguirán creciendo los ingresos por *wifi 7* durante los próximos tres años. 

Omada Central

La Solución Tecnológica para Hoteles Unificada de Redes y Videovigilancia



Máxima Velocidad

Redes Plug & Play de Fácil y Rápida Configuración para Entornos Profesionales Exigentes



Inteligencia Artificial

Optimiza el Rendimiento de la Red y Detecta Eventos e Incidencias de Seguridad



Gestión en la Nube

Control Remoto App y Web, sin Cuotas ni Necesidad de Controlador Local



Seguridad Avanzada

Cifrado WPA3, PPSK, IDS/IPS, DPI, Inicio de Sesión SSO y Portal Cautivo



Solución Escalable

Omada Central se Adapta a Cualquier Vertical con Gestión Multi-Sede Ilimitada



Soporte Local

Equipo Preventa, Posventa y Comercial Ubicado en España



La marca pondrá foco en la verticalización de su oferta y de su ecosistema de *partners*

"Vamos a seguir creciendo: TP-Link tiene una propuesta de **valor diferente** en el mercado"

Tras un 2025 especialmente positivo para TP-Link en España, con crecimientos cercanos al 50 % y el fortalecimiento del negocio profesional, la compañía encara 2026 con el objetivo de consolidar su posición en el mercado de redes empresariales. El canal es clave. Con un programa que cuenta con más de dos años de recorrido, que ha permitido segmentar de manera adecuada a su ecosistema de *partners*, Tiago Caldas, director del canal B2B, defiende la vocación de la compañía por un modelo, 100 % indirecto, que se torna en esencial para la creciente trayectoria en España. "Seguiremos creciendo a doble dígito. Nuestro objetivo es aportar valor a los *partners* para que ellos puedan, a su vez, aportar valor a sus clientes".

Marilés de Pedro



Tiago Caldas,
director del canal B2B de TP-Link

El área profesional, clave 2025 fue un ejercicio especialmente positivo para TP-Link en España, con un crecimiento cercano al 50 %. El directivo atribuye este desempeño a tres factores principales: el excelente desarrollo de las soluciones empresariales, la madurez del canal y la inversión en I+D, que permite la creación de soluciones específicas para responder a las necesidades de todo tipo de mercados. "Nuestra apuesta por el mercado empresarial con las soluciones Omada y Vigi ha sido clave. También hemos contado con un canal segmentado y profesional que nos ha permitido llegar de forma eficaz al mercado", señala.

"La transformación digital exige una buena infraestructura de red"

Caldas también destaca el papel del equipo local en España, que cuenta con recursos especializados en ingeniería, preventa, posventa y marketing, además de la actividad comercial. "Estamos completamente volcados en el *partner* para poder aportar valor al cliente final".

La plataforma Omada se ha consolidado como el pilar de la propuesta empresarial de TP-Link. Se trata de una plataforma unificada en la nube que permite desplegar, ges-


tionar y mantener redes de forma centralizada. Un pilar que la compañía reforzó con Omada Central, que integra la gestión tanto de las soluciones de red como del área de la videovigilancia, con la gama Vigi. "TP-Link ofrece soluciones para todo tipo de empresas: desde la pyme hasta el entorno *enterprise*", completa.

El canal, pieza clave en la estrategia de crecimiento

El programa de canal de TP-Link, que ya cuenta con dos años de recorrido, ha sido uno de los principales impulsores del crecimiento de la compañía. Solo en 2025 se sumaron más de 100 nuevos *partners*, mientras que el programa de fidelización Loyalty supera ya los 700 participantes activos. "El objetivo era crear un programa que entendiera las necesidades reales de los *partners*", señala. De cara a 2026, la compañía quiere consolidar este modelo con un crecimiento controlado y una mayor especialización por verticales. "Los *partners* están bien segmentados y saben cuál es su rol dentro del ecosistema". Uno de los retos actuales es ampliar la red de distribución para dar respuesta a nuevos mercados y perfiles profesionales. En este sentido, TP-Link ha incorporado figuras como los *partners* eléctricos y ha desarrollado un programa específico para el canal de videovigilancia. "El mundo eléctrico y el de CCTV tienen necesidades muy diferentes al canal TI tradicional. Por eso hemos creado programas específicos para cada uno de ellos, con una oferta adaptada a sus requerimientos", explica. La creciente convergencia entre redes y videovigilancia está generando nuevas oportunidades de negocio, a lo que TP-Link da una potente respuesta gracias a la gestión unificada que ofrece Omada Central.



Vistazo a 2026

TP-Link mantendrá su apuesta por soluciones que aporten valor añadido a los *partners*, con especial énfasis en Omada, Vigi y la plataforma Omada Central. "La gestión unificada de la red y de la videovigilancia marca la diferencia. Permite a los *partners* ofrecer una propuesta más completa y simplifica enormemente la operación para el cliente final", afirma. El fuerte crecimiento registrado en 2025 implica que la compañía parte ahora de una base instalada más amplia, lo que siempre complica mantener ritmos elevados de expansión. Aun así, TP-Link se muestra confiada en su capacidad para seguir avanzando. "A mayor base instalada, mayor dificultad de crecimiento, pero estamos convencidos de que vamos a seguir creciendo. Tenemos una propuesta de valor distinta, con una apuesta clara por el canal y por los mayoristas, que son figuras claves en nuestro desarrollo". 

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/actualidad/vamos-a-seguir-creciendo-tp-link-tiene-una-propuesta-de-valor-diferente-en-el-mercado-20260401122886.htm>



La red, crítica para la transformación digital

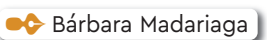
Tras dos años complejos para el sector de las redes, 2025 supuso un punto de inflexión, con un crecimiento del mercado. Para el directivo, el principal motor de la recuperación ha sido la reactivación de la inversión por parte de las empresas. "Las compañías están invirtiendo en tecnología y, en redes, en concreto. La red es crítica en cualquier organización, porque todos los sistemas se apoyan en ella. Cuanto mejor es la red, mayor es la productividad de las compañías", explica.

"La transformación digital exige una buena infraestructura de red". A este impulso se suma la necesidad de modernizar infraestructuras que en muchos casos habían quedado obsoletas, así como la adopción de nuevas tecnologías como *wifi 6* y *wifi 7* y *switches* con mayores capacidades. Este contexto, en su opinión, no solo impulsó el mercado en 2025, sino que seguirá generando oportunidades a lo largo de 2026.

Cambium Networks lidera la evolución de las redes empresariales con *wifi 7* y Starlink



David Tajuelo,
country manager de Cambium Networks para Iberia

El mercado de redes se encuentra en pleno auge, impulsado por la digitalización, el crecimiento de dispositivos conectados y la necesidad de infraestructuras más seguras y eficientes. En este contexto, Cambium Networks apuesta por soluciones integrales y servicios gestionados que facilitan a empresas y *partners* la gestión de redes de extremo a extremo, con herramientas que combinan *wifi 7*, SD-WAN, ciberseguridad y conectividad satelital. 

yoría de los fabricantes estamos trabajando en conseguir que estas nuevas redes puedan manejar y gestionar todos estos dispositivos, y esto ha dado el pistoletazo de salida a este nuevo escenario".

La evolución tecnológica es evidente. Tajuelo destaca que "la evolución del *wifi* ha hecho que *wifi 7* empiece a ser una realidad desde el último trimestre de 2025. La implantación de *wifi 7* empieza ya a coger un buen ritmo. Y ló-

gicamente eso hace que toda la infraestructura de *switching* también tenga que incorporarse para dar respuesta a las necesidades multigigabit de estos puntos de acceso". Además, menciona la SD-WAN, la ciberseguridad integrada en la

red y la irrupción de los satélites de órbita baja, como Starlink o el proyecto Kuiper de Amazon, que "abren una puerta a una nueva posible en-

El mercado de redes está viendo un crecimiento acelerado, impulsado por la digitalización, el aumento de dispositivos conectados y la necesidad de infraestructuras más seguras y eficientes. Según IDC, el gasto global en infraestructura de red superará los 120.000 millones de dólares en 2026, con especial impulso en soluciones *wifi* de alta capacidad, SD-WAN y tecnologías de conectividad satelital. En este escenario, las redes han pasado de ser un elemento "transparente" a un activo estratégico para empresas de todos los tamaños.

Así lo confirma David Tajuelo, *country manager* de Cambium Networks para Iberia, quien asegura que "antes las redes estaban como en la sombra. Era algo que todo el mundo daba por hecho. Y con la aparición de una nueva familia

La oportunidad de negocio para los *partners* reside en construir servicios sobre la infraestructura

de dispositivos móviles a conectar, esto ha hecho que se convierta en una prioridad estratégica para la mayoría de las empresas. La ma-

Revolución Inbound

La nueva metodología para
generar demanda en tu empresa



STRATEGY



VISITORS



LEADS



CUSTOMERS



PROMOTERS



trada a la red a través de todos estos sistemas". El aumento de dispositivos conectados y la mayor demanda de capacidad están redefiniendo las prioridades de las empresas. "Al final, por ejemplo, en el caso del *wifi*, ya no es tanto hablar de velocidad, sino de capacidad, de densidad. Hay muchísimos dispositivos y cada vez tienen una capacidad mayor de gestionar aplicaciones de todo tipo y grandes anchos de banda. Esto es una de las cosas que ha hecho que evolucionen las redes", añade Tajuelo.

Oportunidad para el canal

Para los *partners*, la oportunidad de negocio reside en construir servicios sobre la infraestructura. "Lo que busca un *partner* es poder implantar su capa de servicios por encima de los equipos y soluciones que aportamos los fabricantes. Estamos desarrollando aplicaciones sobre nuestra plataforma de gestión, CNMaestro, pensadas para que proveedores de servicio, integradores y MSP puedan añadir servicios, gestionar ingresos recurrentes y mejorar los márgenes", asegura David Tajuelo.

Respecto a lo que valora más el canal, comenta que "uno de los valores fundamentales es tener soporte local. Nosotros, por ejemplo, tenemos en la oficina de Barcelona bastante gente para crear soporte en idioma local. Eso es algo que el *partner* siempre quiere y agradece. Igualmente, la formación. Tenemos cursos en español donde pueden aprender todo lo que necesiten de nuestra oferta de soluciones. Y además intentamos ayudar a todos nuestros *partners* desde la planificación del proyecto hasta la prueba de concepto, porque pensamos que hasta que ellos se sientan cómodos con la solución, es importante que nosotros estemos ahí para poder echarles una mano".

El modelo de servicios gestionados permite a los *partners* generar ingresos recurrentes. "Nuestra plataforma intenta habilitar maneras para que estos *partners* puedan generar servicios adicionales, partiendo de *market apps* específicas para poder hacer cargos recurrentes mes a mes a los clientes finales. Al final, los *partners* necesitan generar ingresos mes a mes y estas herramientas les permiten mejorar su margen", afirma Tajuelo.

El Connect Partner Program, el programa de canal de Cambium, busca acompañar a los *partners* en todo el proceso. "Tenemos varias categorías, dependiendo del compromiso del

"Hacemos la vida sencilla a los *partners*, les generamos negocio recurrente y saben que tienen la espalda cubierta porque hay personal aquí que les puede echar una mano"



partner con la marca, asignamos descuentos y beneficios, desde formación hasta ayuda de marketing. Pero lo más interesante para el canal es el acompañamiento: desde la planificación del proyecto hasta la prueba de concepto, estamos ahí para que el *partner* se sienta cómodo con la solución", explica Tajuelo.

Propuesta tecnológica

La propuesta tecnológica de Cambium se centra en CNMaestro. "Llevamos funcionando casi 12 años y somos de los primeros en aplicar el concepto de *one network*: gestionar la red de extremo a extremo. Además, somos los únicos que podemos decir eso, porque gestionamos fibra, SD-WAN, ciberseguridad, radioenlaces e incluso Starlink como un punto más de la red", explica Tajuelo. La plataforma incorpora inteligencia artificial basada en *machine learning*, lo que permite "resolver incidencias de manera mucho más rápida". Según sus datos, "mejoramos un 40 % los tiempos de respuesta y un 50 % la disponibilidad de la red. Todo ese tiempo que te ahorras sirve para que la empresa pueda recolocar recursos y destinarlos a tareas más productivas".

Para los *partners* indecisos, Tajuelo es

claro: "No le va a doler la cabeza ni a él ni a sus clientes. La plataforma es súper sencilla de utilizar y da visibilidad de la red de extremo a extremo. Hacemos la vida sencilla a los *partners*, les generamos negocio recurrente y saben que tienen la espalda cubierta porque hay personal aquí que les puede echar una mano. Y luego tecnológicamente venimos de Motorola, sabemos lo que es la radio. En 2017 compramos a Sirrus, que era el fabricante de *wifi* que tenía la mejor gestión del entorno de alta densidad, que es justamente hacia donde se dirige ahora mismo el mercado. Y desarrollamos un producto, la navaja suiza, como decimos nosotros, nuestro NSE, que gestiona SD-WAN, ciberseguridad, IoT, desde un único elemento. Además abrimos las puertas del cielo con un nuevo puerto de red con la incorporación del Starlink y de todos los satélites LEO a una red. Somos los únicos que podemos hacerlo".

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/actualidad/hacemos-la-vida-sencilla-a-los-partners-20260401122895.htm>



KeeneticOS

KeeneticOS: el corazón de una conexión fiable, hecho simple para todos, cada día

Sistema operativo modular con seguridad integrada, fiabilidad y control remoto

Gestiona desde cualquier lugar

Conecta cualquier dispositivo fácilmente

Preparado para TR-069

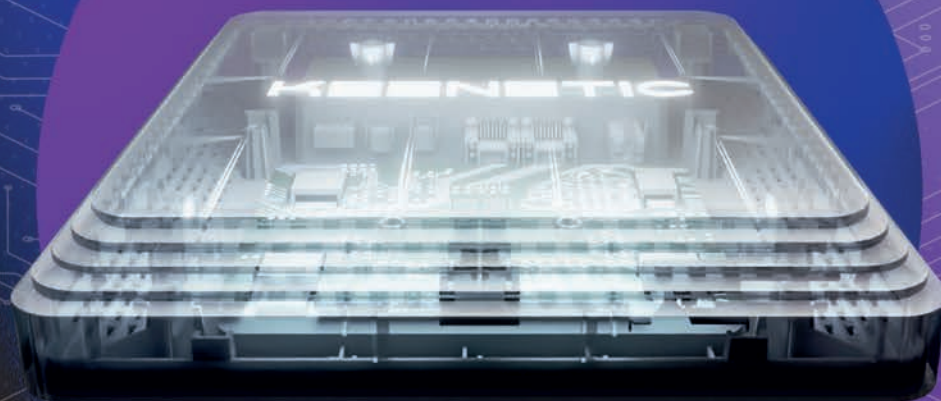
Seguridad y control

Monitorización de tráfico DPI

Rendimiento ultra fiable

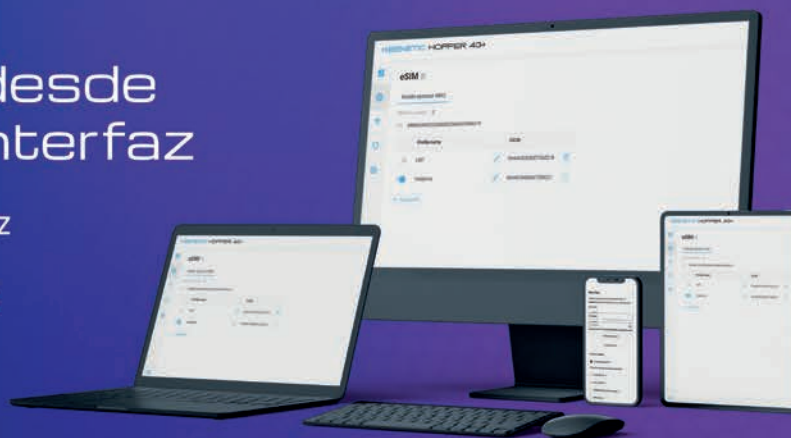
Respaldo Multi-WAN

Simplicidad y eficiencia



Gestiona desde cualquier interfaz

A través de la interfaz web y la aplicación móvil de KeeneticOS



Tiene previsto lanzar antes del verano una nueva gama de *routers wifi 7* y *switches* no gestionables

Keenetic quiere consolidar su presencia en el mercado a través de una relación cercana al canal

"Cercanía, cercanía y cercanía" es la fórmula que repite Luigi Salmoiraghi, director de desarrollo de negocio para Europa de Keenetic, como la mejor vía para apoyar a su red de distribución y extender sus soluciones en el mercado español. La marca, que comenzó su andadura en España hace poco más de un año, sigue configurando su red de distribución y ampliando su oferta para consolidar su propuesta dentro del mercado del *networking*.

 Rosa Martín

Keenetic llegó a nuestro país a principios de 2025 con el objetivo de posicionar su marca en el mercado del *networking* como una alternativa de calidad para pymes y consumidores. Tras este primer año, el balance es positivo, aunque como indica Luigi Salmoiraghi, director de desarrollo de negocio para Europa de Keenetic, todavía se encuentra en la fase de desarrollo e implantación en el mercado. La compañía ha desarrollado una intensa actividad durante este primer año en España, participando en ferias y construyendo su canal de distribución, que encabezan los mayoristas Ingram Micro, Infortisa e Hispamicro. Este trabajo le permitió alcanzar durante los últimos cuatro meses de 2025 el volumen de activaciones mensuales que tenía previsto en el mercado ibérico para el primer año de ejercicio, una tendencia que se ha mantenido durante los primeros meses de 2026 y que, a juicio de Salmoiraghi, indica que "poco a poco el mensaje está calando" en el mercado, aunque reconoce que queda mucho por hacer porque

asentar la marca es una carrera de fondo. Su red de distribución está desempeñando un papel clave para dar a conocer el producto y la respuesta que está obteniendo por parte de sus clientes es positiva. Esta valoración y el buen arranque del año para la compañía, que a pesar de las tensiones en la cadena de suministro y de aumento del coste de las memorias, no supondrá el incremento de los precios en su política comercial, le impulsan para conseguir los objetivos planteados para este año.

Roadmap

Una de sus prioridades es completar su porfolio de productos. Por esto tiene previsto una serie de lanzamientos para este año, siguiendo la pla-

"Seguimos con la filosofía de no cobrar licencias para la gestión *cloud* del dispositivo"



Luigi Salmoiraghi,
director de desarrollo de negocio para Europa de Keenetic

nificación de su *roadmap* que contempla durante el primer semestre la ampliación de su catálogo de *routers wifi 7* con modelos de gama alta y otros más asequibles para las pymes y los consumidores. Al mismo tiempo, está preparando una nueva gama de *switches* no gestionables, que llegarán al mercado europeo entre junio y julio, según anuncia el directivo.

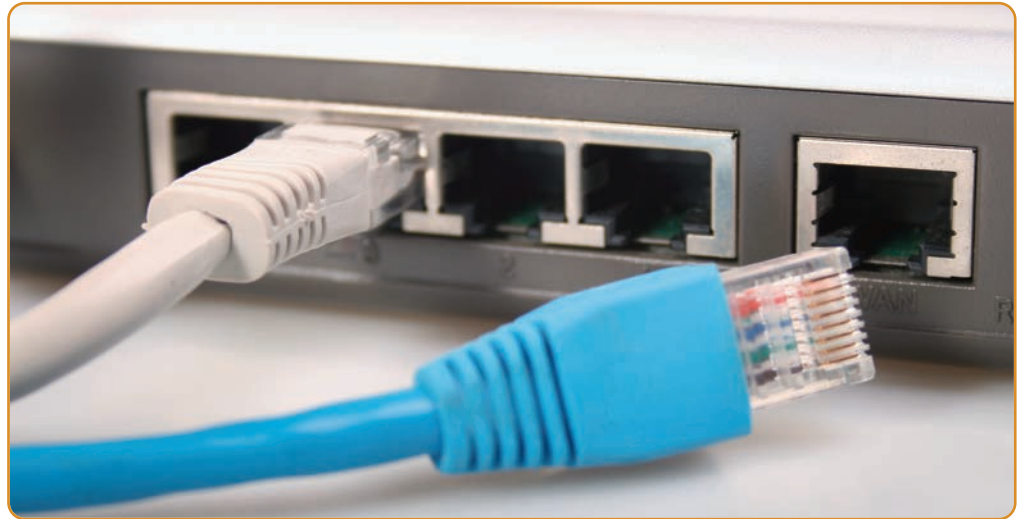
Durante la segunda mitad del año está previsto el lanzamiento de una nueva gama de *switches*

gestionables, que funcionará con el mismo sistema operativo para proporcionar una experiencia de usuario integrada en todos sus pro-

ductos. Salmoiraghi subraya que lo más importante para el distribuidor es que tendrá la misma plataforma de gestión *cloud* sin coste. "Seguimos con la filosofía de no cobrar licencias para la gestión *cloud* del dispositivo", destaca. Esta nueva oferta, que se prevé que esté disponible durante el último trimestre del año, completará su propuesta y se adaptará a la demanda no solo en España sino en Europa. En este sentido, el directivo explica que "el *switch* tiene un peso importante y de todo lo que se vende en networking puede representar entre un 60 % y 65 %".

Canal

Uno de los ejes de su estrategia es su canal, que es el pilar de su política comercial y el medio para posicionar a su marca en el mercado. A final del año pasado lanzó el Keenetic Partner Program, un programa para articular la relación con sus socios y garantizarles recursos técnicos y comerciales. A este programa ya se han unido alrededor de 180 *partners* y sigue mejorándose para sumar nuevos miembros. Ahora el programa se ha ajustado a las características del mercado español. "Cuando lo lanzamos, en el último trimestre de 2025, era un programa generalista para toda Europa. Ahora ya cada país lo puede personalizar y segmentar", señala Salmoiraghi. Esta adaptación permite lanzar promociones y ofertas específicas a las necesidades que se detecten y ofrecer otros recursos como la opción de disponer productos gratuitos para pruebas. Otra ventaja que ofrece al entrar en el programa es la asignación de un comercial que le




"Somos muy flexibles y nos adaptamos a lo que está pidiendo el cliente"

ofrecerá un trato directo. "Esto es lo que los *partners* valoran más, que detrás de este fabricante hay una persona que le puede atender", destaca el directivo.

La mejora del programa continuará en los próximos meses. Planea para la segunda mitad del año introducir formación *online* sobre el producto y sobre el sistema operativo y lo integrará con su CRM. "Tenemos que ir añadiendo más servicios para el distribuidor".

La estrategia de canal le está dando buenos resultados, por lo que no hará cambios a corto plazo.

Los planes de Keenetic para los próximos meses pasan por introducir en el

mercado los nuevos productos que tiene previsto lanzar y mantener una línea de trabajo constante y cercano con sus socios del canal. Estrechar relaciones con el canal, presentar el programa y darles la oportunidad de conocer los beneficios que ofrece su tecnología y su sistema operativo son sus prioridades, según avanza Salmoiraghi. 

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



<https://newsbook.es/actualidad/keenetic-quiere-consolidar-su-presencia-en-el-mercado-a-traves-de-una-relacion-cercana-al-canal-20260331122862.htm>



KeeneticOS 5

El corazón de la tecnología de Keenetic es su sistema operativo, KeeneticOS, que estrenó recientemente la versión 5. La intención del proveedor es lanzar cada año una versión nueva, emulando el ritmo de actualización de los sistemas operativos en telefonía, con el fin de incorporar las novedades que solicitan los distribuidores y clientes y las mejoras aportadas por los desarrolladores que cuentan con una versión específica. La versión 5 se presenta para ofrecer seguridad y control de la red a los usuarios y satisfacer la demanda del canal de operadores. El sistema operativo se ha integrado con la plataforma de gestión remota TR-069 que utilizan muchos operadores y, además, presenta otras mejoras como el del sistema multi-WAN para ofre-

cer más seguridad y redundancia si se cae una línea.

Otra de las ventajas que ofrece es el control del tráfico en tiempo real a través de la inteligencia artificial. "Keenetic OS 5 permite el control en tiempo real del tráfico por aplicaciones o por protocolos. Esto permite no solo ofrecer un sistema de inteligencia artificial que prioriza más o menos un tráfico dependiendo de lo que necesite el usuario, sino también crear reglas y filtrado para bloquear o autorizar aplicaciones", explica Salmoiraghi.

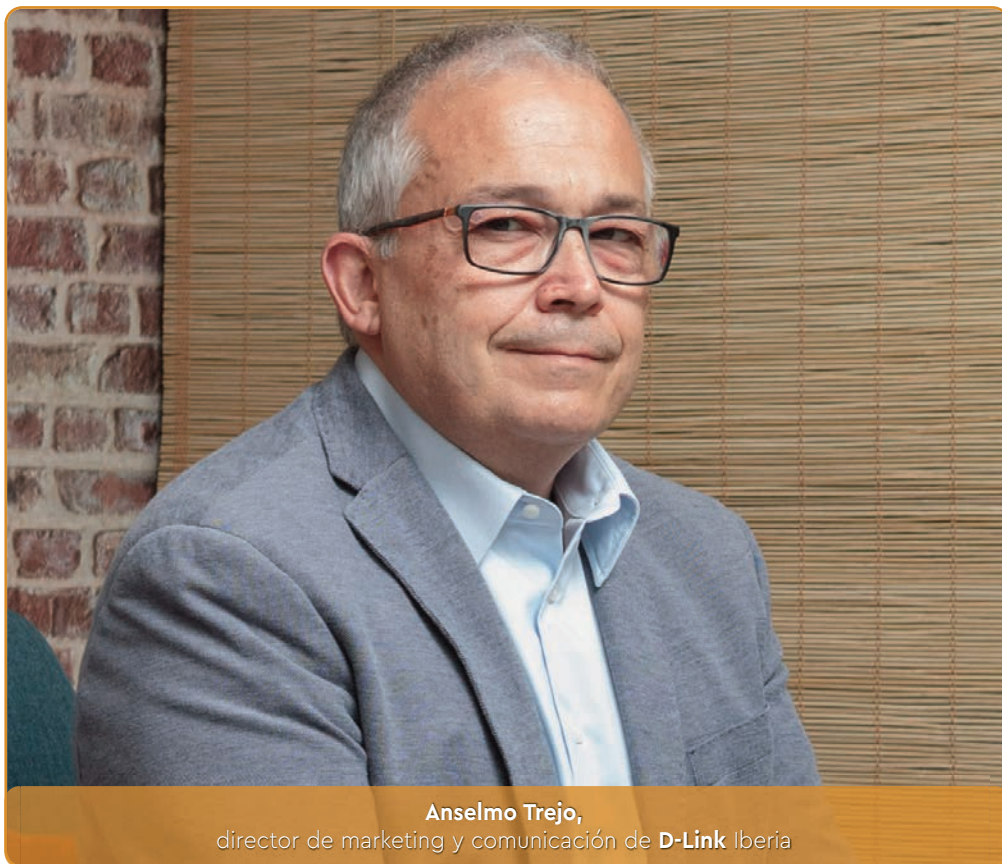
Entre las novedades y mejoras de la nueva versión del sistema operativo también figuran el enrutamiento por DNS y la integración de servidores VPN como el de WireGuard, una opción que se ha incluido por la petición de los clientes del ámbito de las pymes.

Prepara un nuevo *road show* ibérico para estrechar la relación con el canal

D-Link vuelve a apostar por un enfoque de convergencia IP para abordar nuevos proyectos

D-Link cumple 40 años en el mercado, una efeméride que celebrará este año y que le posiciona como uno de los proveedores más consolidados en el terreno del *networking*. Este aniversario, una estrategia que vuelve a la convergencia IP, con el fin de aportar numerosas soluciones para cubrir todas las necesidades, y un sólido compromiso con el canal marcarán la actividad de la compañía en nuestro país durante los próximos meses.

 Rosa Martín



Anselmo Trejo,
director de marketing y comunicación de **D-Link Iberia**

D-Link afronta este año con la ventaja que le otorgan los resultados positivos que cosechó en 2025, gracias a los cambios que realizó, que supusieron el traslado de su I+D y de su producción a Taiwán, lo que le permitió agilizar los proyectos. "Estuvimos en una fuerte dinámica innovadora, el año pasado lanzamos más de 50 nuevas soluciones, lo

que ayuda a dinamizar las ventas", confirma Anselmo Trejo, director de marketing y comunicación de D-Link Iberia.

Esta intensa actividad y su larga experiencia en el mercado son dos factores que le ayudan a planificar mejor y sortear las dificultades que se están presentando en la cadena de suministro. Trejo señala que la confianza con su canal es fundamental para afrontar esta situa-

ción y prepararse con stock suficiente para reaccionar ante la escasez y poder atender los pedidos. Al mismo tiempo indica que su capacidad para innovar y la labor de su equipo local para atender al *partner* y al cliente final le permiten augurar que este año va a ser igualmente positivo. Además, los datos del primer trimestre indican que la compañía va en la buena dirección.

Prioridades estratégicas

Este año D-Link quiere volver a la convergencia IP que tuvo hace años, reafirmando el valor de su propuesta, que abarca desde el *switching*, las soluciones *wifi* y los productos para el hogar digital hasta la videovigilancia. Este enfoque se plasma en el eslogan que estrenó el año pasado: "One Connection, Infinite Possibilities". Trejo señala que el eslogan resume lo que quiere ofrecer y significa que "un solo fabricante, una sola conexión, da infinitas posibilidades".

Siguiendo esta máxima y con su completo catálogo de productos espera responder a todas las necesidades y poder acometer cualquier tipo de proyecto. "Nuestra idea es volver a esa convergencia IP que nos caracterizó en su momento, recuperar la videovigilancia, ir a la gestión de red totalmente *cloud*, y por supuesto con la última tecnología en *switching* y en *wifi* con *wifi 7*". Con este enfoque, que se completará con su apoyo al canal, espera transmitir la imagen de que "D-Link puede implantar prácticamente cualquier proyecto en pymes y gran empresa", recalca el responsable.

GESTIÓN UNIFICADA SWITCHING/WI-FI desde el Core al Extremo de red

100% CLOUD, 100% GRATUITA

D-Link Nuclias Unity es una **plataforma web de administración de redes alojada en la Nube** para ofrecer la **máxima agilidad**, desde la **configuración inicial** de switches y puntos de acceso Wi-Fi (con aprovisionamiento por bloques) a la **gestión de redes LAN y WLAN**.

Con **capacidad multi-sede gracias al acceso remoto 100% Cloud**, dispone de funcionalidades como topología de red, panel de color para identificación de puertos, gestión de VLANs, SSIDs, radio frecuencias y canales, portal cautivo, etc. Y todo ello en un dashboard moderno e intuitivo. En switches de agregación o core se puede acceder a su propia WebGUI o bien a CLI.

Con herramientas para identificar cuellos de botella en el ancho de banda de cada dispositivo, análisis del budget PoE, estudio de canales, planificador de cobertura sobre planos reales, etc.

Descúbrelo ya, crea tu cuenta online gratuita en nuestra web www.dlink.com/es/es



Switching y wireless

Las líneas de negocio centradas en el *switching* y el *wireless* acaparan la mayor parte de su actividad y son estratégicas para D-Link. Este año la principal novedad está en su plataforma Nuclias Connect que va a estar alojada al 100 % en la nube y, sin perder su carácter gratuito, proporcionará nuevas funcionalidades. Ofrecerá gestión remota multisede y muchas más posibilidades al administrador de la red como herramientas de análisis de cuellos de botella, de radiofrecuencia y de canales. Permitirá también reforzar la seguridad y realizar auditorías de la red de manera más rápida y en remoto. En el terreno del hardware, dentro del *switching* seguirá apostando por la tecnología multigigabit y en el ámbito del *wifi* está impulsando la oferta de *wifi 7*.

A la vez se dirigirá al segmento *enterprise* con las gamas más potentes de *switching* y para el *microdatacenter* ofrecerá *switches* configurables que se ajustan a sus necesidades. Para pequeñas empresas o usuarios profesionales reserva la gama DBR que ofrece en un formato "all in one" un router con VPN, *firewall*, puertos de 2.5 gigabit y opciones para instalar puntos de acceso en modo *wifi Mesh*.

Soluciones 5G y accesorios

Otro de los focos para D-Link este año es la gama de soluciones 5G para transportes, IoT y entornos M2M. Trejo señala que este año su




“D-Link puede implantar prácticamente cualquier proyecto en pymes y gran empresa”

previsión es de "crecimiento continuo" tanto por la gama de productos en la que introducirá *gateways* que están indicados para el control de flotas como por los proyectos que espera realizar sobre todo porque en la parte comercial tendrá más especialización. "Las posibilidades de crecimiento son inmensas", subraya. El fabricante también impulsará su gama de accesorios. El año pasado lanzó una familia nueva y este año quiere consolidar esta apuesta, destacando los cargadores GaN, ya que se presenta una buena oportunidad cuando entre en vigor la directiva europea que prohibirá la venta de las fuentes de alimentación con los portátiles. "El cargador GAN es de nitruro de galio, que es mucho más efectivo que el silicio, tiene más capacidad de carga, es más eficiente y se calienta mucho menos", resalta Trejo. Al mismo tiempo, planea seguir potenciando la gama de *power banks* y de routers portátiles.

Canal


D-Link sigue desarrollando una línea de trabajo continuista con su red de *partners*, basada en el apoyo y una comunicación fluida. Mantiene sin

cambios su programa de canal VIP+ que articula la relación con sus casi 4.000 *partners* entre España y Portugal, aunque prepara nuevas acciones.

Este año volverá a salir a la carretera. Tiene previsto realizar un *road show* que pasará por 7 ciudades en España y Portugal con el fin de reforzar su relación con sus *partners*, presentar sus novedades, escuchar sus inquietudes y certificarles. El responsable de marketing y comunicación de D-Link señala que en estas jornadas unen "la parte comercial con la tecnológica y la certificación para añadir más valor a su negocio". Al mismo tiempo sigue apostando por ofrecer promociones, sobre todo para los distribuidores más pequeños, con el fin de que puedan atender toda la demanda. Y, además, mantendrá la formación en nuevas tecnologías. 

40º aniversario

Ese año D-Link alcanza los cuarenta años en el mercado. Un hito que la compañía va a celebrar tanto para resaltar su trayectoria que comenzó en Taipei, en Taiwán, en 1986, como para reforzar su marca gracias a esta experiencia y su conocimiento del mercado. Trejo confirma que se han preparado grafismos, logos y *landing webs* dedicadas a repasar los 40 años de historia de la compañía. Cree que dar esta presencia de imagen va a ayudar "a la hora de acometer grandes proyectos o darse a conocer a un nuevo cliente".

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR 

<https://newsbook.es/actualidad/videos/d-link-vuelve-a-apostar-por-un-enfoque-de-convergencia-ip-para-abordar-nuevos-proyectos-20260331122864.htm>

