AÑO XXVIII Nº306 0.01 Euros

tai price book®

Noviembre 2020

NP comunicaciones

Descubre el modelo que necesitas: **SELECTOR.SALICRU.COM**

Pequeños y a la vez tan **grandes.**

Soluciones Salicru SAI/UPS para Hogar y Oficina
Stand-by / Line-interactive / On-line
De 500 VA a 3.000 VA
Formatos multibase y torre

Síguenos en:
@salicru_SA
www.linkedin.com/company/salicru

¡PROTÉGETE! PALABRA DE EXPERTO.

902 482 400 WWW.SALICRU.COM

salicru

tai price book®

Noviembre 2020

NP comunicaciones

Especial Centro de Procesamiento de Datos

GfK mide los hábitos digitales de los españoles

Xerox y su apuesta por los entornos de trabajo híbridos

Entrevista a A. Relvas (ZTE): «Seguridad por diseño detrás del 5G»

Webminario sobre WiFi6 de TP-Link

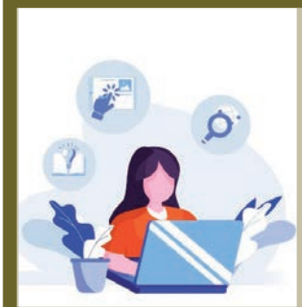
Somos el canal del distribuidor informático

Sumario

34

Especial CPD: el corazón de las redes

Los proveedores de servicios digitales prevén un aumento que multiplicará por cinco la conectividad privada hasta 2023. Esto va a exigir una renovación de sus capacidades y una oportunidad para la creación de nuevos hubs, hecho en el que el 'Silicon Alley' madrileño ya se postula para conectar el continente europeo con África y América. Inversiones con un factor multiplicador de hasta por 12.



12

GfK mide la hiperconexión digital

¿Cómo han cambiado nuestros comportamientos digitales? Según un estudio de la consultora, el consumo digital en España ha aumentado incluso en época veraniega, superando los niveles del período previo a la irrupción de la covid-19 y corroborando un comportamiento que “ha llegado para quedarse”.

16

El escenario híbrido de Xerox

Máxima seguridad para compartir información, conectividad con aplicaciones y sistemas corporativos y una gestión documental sencilla, son las principales características de la oferta de Xerox con los nuevos AltaLink que aceleran además la transformación digital de la oficina híbrida entre presencial y remota.

18

‘Business Must Go On’

Podría ser el grito de pequeños y grandes empresarios a lo Freddy Mercury en el karaoke de la esquina... si este pudiera estar abierto. La pandemia ha trastocado el mundo, pero Samsung es capaz de encontrar las oportunidades de la digitalización y lo cuenta un año más en su B2B Summit.

22

Entrevista a Antonio Relvas (ZTE)

Aunque las comparaciones son odiosas, el proveedor chino juega en la misma liga mundial del 5G con poderosos rivales en una lucha por tomar posiciones con una oferta de extremo a extremo de telecomunicaciones. Y que ha visto en España una oportunidad de negocio.

25

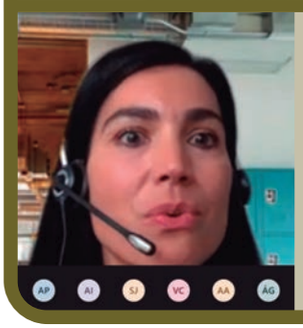
Sage Partner Kickoff Spain

La multinacional británica reúne a más de mil profesionales en una nueva edición de su encuentro anual, esta vez totalmente online. Sage pide a su ecosistema de partners e ISVs que impulsen la ‘digitivación’.

26

TP-Link presenta su gama Omada

Proveedor mundial de dispositivos de conectividad y accesorios, que juegan un papel clave en todos los aspectos del día a día, la llegada del WiFi6 les pilla en el mejor momento, con un amplio catálogo que se amolda a todo el espectro doméstico y profesional.



28

'Tech intensity' según Microsoft

Microsoft va bien. La formación en tecnologías cloud de los profesionales del ecosistema en España casi se ha duplicado, mientras el catálogo de productos y servicios desarrollados sobre su tecnología consta ya de 7.400 soluciones, y el número de partners sube un 15%. Carolina Castillo nos lo cuenta.

31

Liferay Symposium 2020

Que fuera online su evento anual para usuarios y partners le ha venido incluso mejor a Liferay, un referente para abordar los nuevos desafíos de la era digital. El simposio obtuvo un extraordinario seguimiento, y fue el escenario ideal para estrenar las últimas versiones de sus plataformas DXP y Commerce.

N.P. Comunicaciones, S.L.
C/ Ramón Gómez de la Serna 10, 3ºB
28035 Madrid
Tfno: +34 91 739 04 11
info@taipricebook.es

Javier Renovell
Director de Publicaciones
javier.renovell@taipricebook.es

Eduardo Navarro
Director de Marketing y Ventas
eduardo@taipricebook.es

Rosa Palacios
Directora Financiera
rosa.palacios@taipricebook.es

Distribución:
Mk Directo
Avda. Real de Pinto 91, Nave A05
28021 Madrid
Tfno: 91 723 25 22

DL - M-21246-1994

ESTA PUBLICACIÓN NO SE HACE RESPONSABLE EN NINGÚN CASO DEL CONTENIDO DE LOS ANUNCIOS, NI DE LAS LAS OPINIONES EMITIDAS POR NUESTROS ANUNCIANTES Y COLABORADORES.

Impreso en papel ecológico

Le informamos que sus datos personales serán tratados por N.P. Comunicaciones, S.L como responsable del tratamiento, con la finalidad de remitirle información de actividades, noticias y eventos organizados relacionados con el sector tecnológico, inclusive por medios electrónicos. Los datos serán conservados mientras sean necesarios para gestionar su correspondiente solicitud. El presente correo electrónico se dirige en exclusiva a su destinatario pudiendo contener información confidencial sujeta a secreto profesional. Los datos personales que puedan contener el correo electrónico, sea en su contenido o en sus adjuntos, son tratados por N.P. Comunicaciones, S.L. como responsable del tratamiento, con la finalidad de gestionar su correspondiente solicitud. No se prevén cesiones o comunicaciones de datos salvo las establecidas legalmente.

Todos los contenidos que se muestran en la presente publicación, y en especial diseños, textos, imágenes, logos, iconos, nombres comerciales, marcas o cualquier otra información susceptible de utilización industrial y/o comercial están protegidos por los correspondientes derechos de autor, no permitiendo su reproducción, transmisión o registro de información salvo autorización expresa previa del titular, N.P. Comunicaciones.

Puede usted ejercer los derechos de acceso, rectificación o supresión de sus datos, dirigiéndose a rgpd@taipricebook.es, para más información al respecto, puede consultar nuestra Política de Privacidad en www.taipricebook.es.

Frotis nasofaríngeos para dummies

¡Qué hay de nuevo viejo? Pues hombre no me va mal. Acabo de montar las luces navideñas y ya he empezado a meter publicidad para ir adelantando los regalitos... por Amazon, claro. Que luego te pilla el toro y no puedes salir de casa y está el juguetito de moda agotado y lo pides para Papá Noel y no te llega hasta después de Reyes Magos. Eso sí, con lo que te vas a ahorrar en cenas de empresa ya puedes ser generoso en la cesta. Nooo que luego se convierte en derechos adquiridos consolidados y me toca darla todos los años. Mejor una compensación extraordinaria a cuenta del coronavirus, un cheque viaje km 0 porque a este paso no se va a poder disfrutar hasta vete a saber tú cuándo.

Y mientras medio país derrotado ya está en cálculos de estirar su ERTE hasta junio para estar mano sobre mano mirando la puerta, o directamente echar el cierre para estar mano sobre mano pero sin los rejonazos de impuestos, tasas y cuotas que solo cesan si cesa la actividad, siempre están los voluntariosos para los que no hay montaña suficientemente alta ni río suficientemente anchuroso que les eche para atrás y apee de la burra. Para este por fortuna aun nutrido grupo de pioneros y colonizadores está pintado el cuadro que nos va a dejar la pandemia en la pared desconchada y llena de humedades de la esperanza, mientas el calendario aguanta la última hoja del 2020.

Pero no se trata solo de luchar contra el infortunio calculado de perversos grupúscuos de poder a la sombra ni de inesperadas danas fuera de fecha desatadas en toda su furia sobre nuestras cabezas, lo peor es cuando las calamidades están provocadas por la chulería y la estulticia humana sea de cuna, de mala praxis o de pensamiento distorsionado, y están ahí con toda la legitimización de las leyes que se nos han dado... para protegernos.

Cuando se trata de amparar al necesitado en mitad del monte para que se proteja de las inclemencias del tiempo en un chamizo destinado a corral y en el plazo de una estación no ha sido requerido a desalojo... puede hasta considerarse apropiado que se quede a vivir sin importar al resto del mundo los inconvenientes ocasionados al presunto dueño de las cuatro paredes porque ha transformado una mera construcción en vivienda, bien superior. Cuando el que busca techo y acomodo empieza a elegir el chalé con piscina y salida de garaje porque su dueño legítimo vive a cientos o miles de kilómetros y no pude estar encima (o pertenece de rebote al inmenso parque inmobiliario de una entidad bancaria que por el momento solo le ocasiona más gastos que beneficios) y en dos días está instalado el okupa y con los recibos de teléfono móvil y fibra a su nombre con esa dirección, la cosa empieza a salirte cara de tonto. Ya si encima eres un incivilizado y un bravucón que te dedicas a dar por saco al vecindario que está o ha estado a rejón pagando su hipoteca, supone demasiado precio injusto pagado por soportar las contradicciones del azar. Y no se puede hacer nada sin violentar las leyes que nos hemos dado para protegernos.

El imperio de la ley parece mejor diseñado para los intereses de los odiosos a costa de la ingenuidad del pacífico. Y si bien nos hemos acostumbrado en vivir en una realidad anestesiada y somos los primeros en tratar entre algodones a nuestros seres más queridos... luego nos quedamos ojipláticos con el primer sartenazo de cruda realidad. En mis tiempos de patio el no se vale y el habeas corpus se solventaba con un no te ajunto o a la seño vas a ir. Luego la mili ya te acababa de rematar y ponerte en tu sitio. Pero siempre estaba el abusón de turno pero el consuelo de tu maripanda. Hoy pasado el tiempo parece que tampoco ha cambiado mucho la historia: están los que mantienen una posición dominante de mercado o por méritos propios, o por alcurnia, o por devaluación de las competencias del prójimo, o por amparo del poder fáctico llegado por descarte. Eso en un país bananero que roza el tercermundismo puedes dejar pasar por alto, pero que ocurra en la primera potencia mundial... No deja de tener sobre la mesa de su despacho oval el botón rojo capaz de mandar por una papeleta a hacer puñetas al resto del planeta. Tan mala baba que es capaz de pinchar su pelota para que nadie más juegue con ella. Que incluso antes de perder por la mínima, su mejor estrategia es sembrar la cizaña. Que no había hecho más que comenzar el partido y al primer punto de set está pidiendo ya la hora. Pero vamos, nada que no se haya podido colegir desde el primer tuit presidencial.

Pero da igual el que salga, el mal ya está hecho. Ya lo predijo Nostradamus, después de caer las dos torres y extenderse las plagas llegará el papa negro, tras el cual solo restan dos jerarcas más antes de la llegada del anticristo. Y en un país tan polarizado en dos extremos irreconciliables, las ansias de secesión van a ser muy elevadas. Tan elevadas, que aquí lo que no ideemos para copiar no existe. Para qué queremos comité de expertos si lo fiamos todo a la virgen de turno. Para qué queremos datos si no sabemos qué hacer con ellos más que mala prensa. Y sobre todo, para qué queremos sanitarios si los mismos profes se pueden encargar de meter el palito de la PCR por la nariz a escarbar los mocos. Y luego con estas ocurrencias queremos pasar por un país serio y fiable. Pues no lo van a conseguir, porque más resiste el rebaño unido que los lobos rampantes. Adiós al mundo tal como lo conocíamos, bienvenidos al mundo que está por conquistar.

Inforpor se incorpora a la red de mayoristas de AISENS

AISENS, fabricante español especializado en soluciones de conectividad y soportes para productos audiovisuales, ha anunciado un acuerdo con Inforpor, el líder nacional en el sector de la distribución de productos de impresión, consumibles y hardware. Mediante la firma de este acuerdo, todos los productos de AISENS podrán encontrarse ahora también en la red de distribución de Inforpor. "Estamos muy orgullosos por haber podido incluir en nuestro catálogo los productos de AISENS, que combinan innovación, calidad, seguridad y magníficas prestaciones a precios muy accesibles que permiten facilitar la vida de las personas tanto en el entorno personal como profesional", afirma Alfred Flores, product manager de Inforpor. "El catálogo de AISENS incluye productos muy demandados por nuestros clientes y hasta ahora no habíamos encontrado un fabricante de este entorno que cumpliera con nuestros estándares de calidad".

La marca amplía así su alcance en el mercado de la impresión. "En nuestra constante búsqueda por llegar a nuevos mercados, elegimos Inforpor por su amplio alcance en todo el territorio nacional y porque compartimos su filosofía de anteponer la calidad para ofrecer los mejores productos al cliente final", afirma Jillian Ye, directora comercial de AISENS. "Nuestro equipo de diseñadores e ingenieros se asegura de que todos los productos se fabrican siguiendo los más exigentes estándares de calidad. Además, cuidamos al máximo los

materiales utilizados y hacemos que nuestros productos sean fáciles y rápidos de instalar". AISENS es una marca joven que ha experimentado un crecimiento exponencial desde su creación gracias a los rigurosos controles de calidad en el proceso de fabricación, al servicio técnico profesional y a la amplia variedad de su catálogo, formado, entre otros, por cerca de 500 referencias en stock permanente de cables, conversores, soportes para audiovisuales o cajas para discos duros.

MPS Monitor 2.0 obtiene el sello BLI Security Validation Testing

Especializada en supervisión remota y gestión de impresoras y dispositivos multifunción, la compañía italiana ha anunciado que su plataforma MPS Monitor 2.0 es una de las primeras en pasar el Printer & MFP Security Validation Testing for Policy Compliance, por parte del Keypoint Intelligence-Buyers Lab (BLI). Este reconocimiento se aplica a su solución software por dos años, y terminará el 1 de agosto de 2022. El protocolo del BLI Security Validation Testing incluye una combinación de pruebas prácticas de evaluación utilizando herramientas de gestión OEM para las configuraciones de seguridad específicas esperadas y guardan estas configuraciones como un modelo "de policy", aplicando la política en toda el parque de impresoras HP y multifunción soportados por la plataforma HP SDS para asegurarse de que los dispositivos sean conformes, monitorizan estas configuraciones de manera continua, solucionan automáticamente problemas en los dispositivos no conformes, y más.

El programa del BLI Security Validation Testing establece criterios estándares del sector en áreas de penetración del dispositivo (Device Penetration), cumplimiento de la política (Policy Compliance) y resistencia de firmware (Firmware Resilience), y está administrado por Keypoint Intelligence-Buyers Lab, ampliamente reconocido como fuente independiente. Por su parte, MPS Monitor supervisa más de 800.000 dispositivos de impresión y 25.000 millones de páginas monitoreadas cada año sobre más de 120.000 usuarios finales, a través de su software de Managed Print Services, con un set completo de APIs para integrar soluciones externas. Su tecnología de recopilación de datos extremadamente escalable y de alto rendimiento permite que distribuidores/VAR, grandes usuarios finales, productores y revendedores de consumibles para impresoras, puedan satisfacer cualquier necesidad asociada con la gestión de los dispositivos de impresión, la registración de los volúmenes de páginas y el suministro de tóneres, de manera totalmente automática y controlada.

Arrow ECS firma con Oracle Communications para UC y UCaaS

El mayorista, como miembro del Oracle PartnerNetwork (OPN), anuncia la firma de un acuerdo de distribución para toda la región de EMEA con Oracle Communications. Sumándose al portfolio actual de Oracle en Arrow, Oracle Communications facilita soluciones cloud y comunicaciones integradas que ayuda a los proveedores de servicios y empresas a acelerar sus procesos de transformación digital. Este acuerdo abarca las tecnologías clave de Oracle, incluyendo Session Border Controler (anteriormente Acme Packet), SD-WAN (anteriormente Talari Networks) y soluciones de gestión y monitorización de redes basadas en la nube. El acuerdo crea importantes oportunidades para el canal de TI para escalar y securizar las comunicaciones unificadas y los entornos WAN, incorporando soluciones de los principales proveedores de tecnología del mundo. Estas tecnologías permiten a los clientes migrar a entornos cloud y pasar a plataformas de comunicación en la nube, en un momento en el que las tecnologías colaborativas, como las videollamadas, se han convertido en fundamentales para las empresas.

Pantalla AOC 16T2: un compañero portátil elegante y flexible

El especialista en pantallas AOC anunciaba un nuevo monitor táctil IPS de 39,6 cm (15,6") que cuenta con resolución Full HD y puede conectarse a un ordenador portátil, un ordenador de sobremesa/exposición o un smartphone a través de sus dos puertos USB-C o su puerto Micro HDMI. Gracias a su batería de 8.000 mAh, el 16T2 puede utilizarse sin necesidad de una toma de corriente e incluso puede reutilizarse su batería para cargar un smartphone. Su grosor de menos de un centímetro, la funda inteligente y plegable para orientaciones verticales y horizontales, y la opción de montaje en pared VESA hacen que este monitor sea una gran herramienta para los usuarios de negocios móviles, así como para los jugadores, estudiantes, personal de TI, pequeñas empresas, aficionados y profesionales del bricolaje, entre otros. El 16T2 está disponible a partir de octubre de 2020 por 319 euros.

"Los monitores portátiles son uno de los mercados tecnológicos de más rápido crecimiento en Europa, y en AOC entendemos la necesidad de estos productos tan prácticos para el uso doméstico, en la oficina, pero sobre todo para el trabajo móvil. El 16T2 es una solución perfecta y flexible para cualquiera que valore tener más espacio en la pantalla para su trabajo o el entretenimiento, allí donde esté", dice Cesar Acosta, Product Manager de pantallas táctiles y accesorios en AOC International Europe.

IBM revela un aumento del phishing en un 6.000% desde marzo

La semana de la ciberseguridad de IBM ha dejado datos muy significativos sobre el aumento de los ciberataques este año con motivo del confinamiento y de la extensión del teletrabajo. Según desvelaba Susana del Pozo, directora de Seguridad de IBM España, desde marzo se ha detectado un incremento considerable de spam y de estafas a través de phishing en un 6.000%. Este tipo de amenazas, junto a los de ransomware, son actualmente los ciberataques más comunes. La directiva de IBM señalaba que solo en el primer trimestre del año habían aumentado los ataques en un 40% de manera global y un 125% en Europa.

Con motivo del confinamiento y la extensión del teletrabajo los ataques de ciberseguridad han incrementado notablemente, poniendo de manifiesto tres principales retos a los que las empresas se enfrentan en la actualidad. El primer desafío que destacaba Del Pozo es ayudar a proteger y habilitar fuerza de trabajo remota. Para hacer frente a ello, IBM apuesta por la "seguridad silenciosa", que permite mejorar los mecanismos de detección de acceso no autorizado, pero sin frenar la productividad de las empresas gracias a las herramientas de Inteligencia Artificial.

Otro de los grandes retos es mejorar los tiempos de detección de ataques para dar respuestas inmediatas. El tiempo promedio que tarda una empresa en identificar y contener una brecha de seguridad es de 280 días, según destaca Ponemon Institute. Además, según afirma IBM, tan solo una de cada cuatro empresas tiene un plan de respuesta a incidentes de seguridad. El último desafío generalizado es la falta de perfiles cualificados. La falta de experiencia interna en seguridad amplificó el coste total medio de una brecha de datos en 291.870 dólares. Por ello IBM apuesta por aumentar la formación, no solo de los empleados de la organización a través de simulaciones, también desde las fases formativas en los colegios e institutos.

Shuttle presenta una pantalla de señalización digital con tecnología biométrica

El D230 es otro hito en la trayectoria de productos de Shuttle como primer display de señalización digital en el menos frecuente formato de barra. La parte delantera satisface el grado de protección IP54, contra el polvo y las salpicaduras. El interior alberga un motor con procesador ARM de seis núcleos, tarjeta gráfica integrada y 16 GB de memoria flash eMMC. Con el lector de tarjetas microSD, se puede ampliar la memoria para contenidos. Incorpora asimismo cámara, WLAN, red compatible con PoE, altavoz y puertos de audio y USB. Shuttle apuesta por un uso intuitivo que posibilita un manejo sencillo sin conocimientos previos. La pantalla de 23,1" se puede dividir en cuatro segmentos que pueden comunicar diferentes mensajes publicitarios en el propio POS.

Igualmente dispone de una versión con administración basada en servidor con más funciones como, por ejemplo, el análisis del comportamiento de los clientes teniendo en cuenta once rangos y considerar factores biométricos como, por ejemplo, el sexo y la edad. Además se puede analizar con qué frecuencia y qué grupos de clientes verán los diferentes mensajes publicitarios gracias a la biblioteca multimedia integrada en el servidor para la gestión de contenidos y la opción de transmitir mensajes publicitarios temporales e iniciados manualmente. El precio recomendado de Shuttle para el D230 está en 626 euros (IVA incluido). El precio para la versión de servidor está pendiente de confirmación.

Salicru lanza tres nuevas series de inversores solares para conexión a red

Equinox S, Equinox TM y Equinox TL son las tres familias de la nueva versión de inversores solares para conexión a red que Salicru acaba de lanzar al mercado. Son equipos monofásicos y trifásicos que constituyen una opción para generar energía en una gran variedad de instalaciones fotovoltaicas, siendo ideales para autoconsumo en viviendas, locales, comercios y naves industriales. No solo destacan por su elegante diseño con carcasa de aluminio y acabado anodizado (según modelos), sino que también son equipos fiables, eficientes y funcionales, que garantizan una producción estable (la eficiencia de conversión de los inversores alcanza hasta el 98,13%).

Por su amplio rango de tensión de entrada, estas tres nuevas series admiten un diseño de strings flexible, pudiéndose conectar un número de módulos fotovoltaicos variable y de diferentes tipos. Su montaje es rápido y sencillo debido a sus reducidas dimensiones y peso, al soporte para instalación incluido y a las conexiones Plug & Play situadas en la parte inferior. El diseño sin conexión a neutro permite cumplir con una gran variedad de requerimientos de conexión a red.

Telefónica lleva el 5G a los almacenes logísticos de El Corte Inglés

Telefónica desplegará en colaboración con Ericsson una red 5G privada en la central logística de Valdemoro de El Corte Inglés con el objetivo de hacer realidad el concepto de Industria 4.0 aplicado al mundo de la logística y optimizar los procesos de paquetería y clasificación del grupo distribuidor. El primero de los casos de uso optimizará las rutas de los portapallets de logística en sus desplazamientos, de forma que tanto el desplazamiento como la elevación entre la recogida de un paquete y el siguiente, sigan siempre la ruta del menor tiempo posible. La optimización en tiempo real se realizará desde el edge del operador (un centro de cómputo cercano para lograr baja latencia utilizando la frecuencia de 700 MHz, para conseguir una alta penetración de la cobertura en entornos complejos, con decenas de estanterías de gran altura. Esta optimización espera obtener una mejora de tiempos de cerca del 20%.

El siguiente caso de uso corresponde a la eliminación del cableado físico en las comunicaciones de las máquinas, que significa un menor coste así como una reducción considerable del tiempo para hacer nuevos despliegues de infraestructura y ampliaciones. Para estas comunicaciones se desplegarán 5G de ondas milimétricas (26 GHz), que son las que proporcionan los mayores anchos de banda y las latencias más bajas.

Tal y como ha destacado Mercedes Fernández, gerente de Innovación de Telefónica España, "continuamos con nuestro foco en implementar casos de uso en colaboración con el cliente que aprovechen las capacidades de la red 5G. En este caso, encontramos una nueva aplicación dentro de la Industria 4.0 y Logística, que es una de las verticales que más se puede beneficiar de la nueva generación de comunicaciones móviles".

Datalogic lanza la nueva PDA Memor K de bolsillo

Datalogic anuncia el lanzamiento del nuevo terminal portátil Memor K, un compañero potente de bolsillo ideal para cualquier aplicación de captura de datos en tienda, planta de fabricación o centro de distribución de reducido peso y gran ergonomía. Combina un diseño extremadamente delgado con una carcasa muy robusta IP54 que puede soportar caídas repetitivas de hasta 1,2 m sobre hormigón. Con su batería de 3.800 mAh, los trabajadores tienen toda la autonomía necesaria para completar sus tareas incluso en varios turnos seguidos. Se pueden asegurar doce horas de trabajo adicionales ininterrumpidas con una batería secundaria precargada en la base y estar lista para un rápido intercambio.

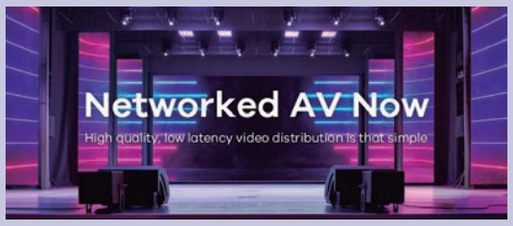
Viene con un motor de escaneo rápido y fiable para leer fácilmente códigos 1D y 2D en cualquier superficie al instante. La CPU tiene una velocidad de 2,2 GHz, junto con 3 GB de memoria, ofrece una gran potencia de cálculo. Esto permite que varias aplicaciones funcionen al mismo tiempo sin problemas. Lleva integrada una pantalla táctil de 4 pulgadas y un teclado de goma suave retroiluminado que proporciona un feedback táctil y asegura una experiencia de escritura cómoda incluso en condiciones de semioscuridad.

Lo último de Datalogic simplifica sorprendentemente la captura de cualquier dato como cantidad, descripción, ubicación, etc. Además, el dispositivo viene con dos teclas laterales para escanear usando sólo el pulgar. Además, lleva otras dos teclas programables que se pueden asignar a cualquier función deseada. El terminal portátil cuenta con Android 9 y la última certificación GMS, al tiempo que integra WiFi (incluido el estándar CA) y puerto USB-C que garantiza una transferencia rápida de datos y alta velocidad de carga.

Zyxel se alía con ATEN para ofrecer AV sobre IP end-to-end

Zyxel Networks ha anunciado su alianza con el proveedor de soluciones audiovisuales profesionales ATEN para ofrecer un potente modo AVoIP de extremo a extremo. El acuerdo permitirá incluir la nueva funcionalidad Networked AV a los switches de Zyxel, simplificándolos y mejorando su eficiencia. Basándose en sus más de 30 años de experiencia en redes profesionales, las nuevas funciones ofrecidas por Zyxel proporcionan a los revendedores de valor añadido (VARs), integradores de sistemas y socios del canal audiovisual (AV Pro) una mayor escalabilidad ideal para eventos deportivos, videowalls, hostelería y centros de control.

Cada vez más sistemas AV están pasando de la tradicional infraestructura de switches en matriz a la tecnología basada en IP, que supone el nuevo estándar para una industria que se está adaptando a la creciente diversidad de aplicaciones AV sobre IP. Esta transición ofrece una mayor escalabilidad, más distancia, menos cableado y una instalación más sencilla. Sin embargo, para muchas empresas sigue siendo un camino difícil dado su desconocimiento sobre las configuraciones en red de los switches. Para cubrir esta tendencia, Zyxel se ha asociado con un referente en el ámbito de la conectividad AV/IT y en soluciones de gestión, la empresa ATEN. Esta alianza asegura la integración del diseño del sistema de redes, ofreciendo una solución interoperable y fiable mediante un modo AV en red hecho a medida.



Para expandir el amplio alcance de las aplicaciones en red, el modo Networked AV ha sido especialmente diseñado para incluir un asistente de configuración que se encarga de las principales funciones al usar servicios de streaming. Además, se ha renovado el panel de control de Networked AV para que presente elementos más útiles, incluyendo puertos, sistema y ancho de banda, así como el uso de energía. Esto permite a los usuarios ver instantáneamente el estado actual de la red para mantener y configurar el switch con facilidad. "Una mala configuración de la red es un desafío para la transición a AV sobre IP que afecta la experiencia de visualización del usuario, y su solución requiere un esfuerzo sustancial. El modo Networked AV a medida de Zyxel tiene como objetivo superar estos desafíos y proporcionar una solución de red fácil y estable, para escuelas, hostelería o paneles de control de videowalls", explica Gonzalo Echeverría, country mánager de Zyxel España. "Mediante la alianza con los especialistas de ATEN, ofrecemos al canal una solución fuerte y completa que resuelve los problemas para proporcionar servicios AV sobre IP".

MCR presenta su nueva web corporativa

En línea con la estrategia de crecimiento y fortalecimiento de la marca MCR, tras el traslado a unas nuevas instalaciones más modernas a principios del pasado mes de julio y el lanzamiento de una nueva imagen corporativa a finales de ese mismo mes, MCR lanza ahora una nueva página web, más sencilla e intuitiva, que además amplía la información que ofrece sobre sus productos y marcas. El nuevo portal web es una plataforma online más intuitiva y funcional que ya está accesible para sus clientes y para el público en general. Junto con las mejoras en cuanto a velocidad de carga y precisión en los buscadores, la nueva web de MCR incorpora más prestaciones de seguridad con tecnologías orientadas a mantener los datos de los clientes siempre a salvo. Pero la principal novedad es la inclusión de espacios en los que el cliente puede interactuar con MCR, acceder a información de producto más detallada y estructurada, comparativas de producto en diferentes áreas, consultar las últimas novedades y promociones vigentes, gestionar sus pedidos y mucho más.

NFON, entre las mejores en VoIP y UCaaS según Frost & Sullivan

El proveedor paneuropeo para cloud PBX ha sido incluido en el grupo de las diez empresas más innovadoras de Europa en el mercado de la telefonía IP en la nube y UCaaS por la consultora Frost & Sullivan en su informe *Radar: Benchmarking Future Growth Potential*, en parte debido al desempeño ejercido durante la primera mitad de 2020 fruto del despliegue del trabajo remoto debido a la pandemia. El estudio ha examinado 120 compañías en una evaluación comparativa del potencial de crecimiento futuro y su fuerte poder de innovación. Los parámetros clave del análisis fueron la escalabilidad de la innovación, la I+D, la cartera de productos, la adopción de tendencias globales, el foco en el cliente, la cartera de nuevos proyectos, la visión y la estrategia, las ventas y el marketing. NFON destacó ampliamente en dos índices en concreto, el de Crecimiento y el de Innovación. Hans Szymanski, socio fundador de NFON AG, explica: "Nuestro modelo de negocio ofrece un enorme potencial para explotar el impulso del mercado. Nuestro objetivo es claro: queremos convertirnos en el número 1".

acer for business

TravelMate™ P6

Procesador Intel® Core™ i7-10510U

Windows 10 Pro

Pantalla táctil IPS FHD de 14" de marcos estrechos[1]

Hasta 20 horas[2] de vida de la batería

1,1 kg[1], Ultra fino 16,6 mm de grosor

1-Las especificaciones pueden variar en función del modelo o la región.
2-La duración de la batería depende de la configuración del producto, los ajustes de energía y el uso, entre otros factores.
*Consulta condiciones con el mayorista

REEMBOLSO
100%
DEL PRECIO PAGADO
si el producto necesita ser reparado durante el primer año

acer promise Reliability

Disponible en:

esprinet · INGRAM MICRO · TechData · vinzeo

Informática de Confianza
ELEGIDO SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL AÑO 2020

205 contactos de Mystery Shopper mediante canales a distancia y 2.000 entrevistas online. Trabajo de campo realizado entre mayo y agosto de 2019. Más información en: www.lideresenservicio.com/metodologia

intel CORE i7

Intel, el logotipo de Intel, Intel Inside, Intel Core y Core Inside son marcas comerciales de Intel Corporation o de sus filiales en Estados Unidos y/o en otros países.

La iniciativa VIP 25 de GTI se convierte en el Programa CloudMasters

Tras un año desde la puesta en marcha de VIP 25, el mayorista GTI ha decidido cambiar su nombre a Programa CloudMasters. Esta iniciativa, que se inició de la mano de Microsoft y otros proveedores Cloud, pretendía poner en marcha una nueva forma de relación con los partners que cambiaría la manera de afrontar el negocio cloud a través de la participación activa y fundamental del mayorista. El programa, que desde sus inicios tuvo una gran acogida, se está convirtiendo en todo un éxito para GTI y para los más de 80 partners que se están favoreciendo de la pertenencia a esta iniciativa, quienes en su conjunto han tenido un crecimiento por encima del 60% sobre el año anterior en las soluciones incluidas en el programa.

Nueve de cada diez partners recomiendan VIP 25 y destacan entre los puntos más fuertes: el servicio preventa, el soporte comercial, la atención personalizada y la agilidad del servicio de ventanilla única "Facilitador Cloud" que sirve de acelerador de ventas. Así lo manifiestan los resultados tras la recogida de los datos de satisfacción y las opiniones de los participantes en una primera encuesta de calidad. Además de los grandes datos de adhesión al programa y ritmo de crecimiento, los integrantes están aprovechando la plataforma de contenidos cloudmasters.es para incrementar su visibilidad y su exposición al mercado. Por este motivo, el mayorista ha creído necesario redefinir el nombre del programa y denominarlo como Programa CloudMasters.

El portal cloudmasters.es en su primer año de vida ha sobrepasado la cifra de los 125.000 usuarios, convirtiéndose en sitio de referencia en el canal como observatorio tecnológico de todo lo que se cuece alrededor del Cloud Computing. Según Jorge Girol, Microsoft CSP Division Manager de GTI, "cada vez son más los partners que solicitan su adhesión al programa, porque saben que se benefician de los mejores servicios, equipos y procesos que les ayudan a crecer en el negocio cloud. Los datos hablan por sí solos, convirtiendo nuestra iniciativa en un rotundo éxito, y denominarlo ahora Programa CloudMasters refleja a la perfección todo lo que ofrece a nuestros partners".

CloudMasters

Por su parte, Hugo Fernández, Chief Executive Officer de GTI afirma: "Nuestra facturación en el negocio as-a-Service supone ya el 40% del total de la compañía y hemos crecido por encima del 47% en el último año. Esto demuestra que nuestra apuesta por este negocio es máxima y el Programa CloudMasters es una de las muchas propuestas que hacemos a nuestros partners para seguir creciendo juntos". Con este programa, los socios de GTI tienen a su disponibilidad servicios cloud premium, además de los mejores expertos en diseño, comercialización y soporte de Soluciones Cloud basadas en las plataformas Microsoft Azure y Microsoft 365. GTI da un paso al frente y se compromete a ir al mercado de la mano de los miembros del programa, cooperando para obtener recursos, fondos, incentivos y leads para crecer juntos en ventas y alcanzar un mínimo de 100.000 €/ año en ventas de soluciones Cloud para cada partner miembro del programa CloudMasters.

El crecimiento de Sophos MSP Connect se acelera

Sophos anuncia un importante crecimiento a nivel mundial de MSP Connect, un programa para proveedores de servicios gestionados (MSPs) que les permite ampliar sus oportunidades en el mercado y sus fuentes de ingresos con el portfolio de servicios y soluciones de Sophos. "Los partners de canal tienen una enorme oportunidad para proteger a las empresas de complejos ataques de ransomware, así como de otras amenazas como el aumento de las campañas de ciberataques que se provechan del temor frente al coronavirus detectadas este año", afirma Scott Barlow, vicepresidente mundial de MSP de Sophos. "Los MSP también se están viendo cada vez más atacados mediante herramientas de monitorización y administración remota (RMM) y automatización de servicios profesionales (PSA), firewalls y endpoints mal configurados o estafas de phishing dirigido.

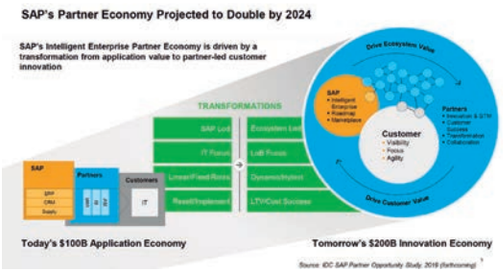
Sophos MSP Connect

Sophos MSP Connect cuenta actualmente con más de 12.500 MSP globales y locales en todo el mundo, lo que supone un crecimiento del 30% desde abril de 2020. La facturación de los MSPs también aumentó en un 56%. Las soluciones de Sophos se gestionan fácilmente en la plataforma Sophos Central basada en la nube, donde los MSPs pueden supervisar múltiples instalaciones de clientes, responder a las alertas y realizar un seguimiento de las licencias y las próximas fechas de renovación a través de una interfaz única e intuitiva. "La única manera de protegerse contra los cibercriminales sin escrúpulos es ir un paso por delante de ellos, y Sophos nos proporciona su conocimiento de las amenazas y soluciones sincronizadas de última generación para hacer exactamente eso", declara Bob Pankartz, CEO de Technosis, MSP de Sophos. "Siempre estamos buscando nuevas formas de garantizar la seguridad de nuestros clientes cuando migran a entornos cloud y adoptan nuevas tecnologías. Hemos confiado en Sophos durante muchos años y, como resultado, estamos trabajando de forma más inteligente, que no más dura".

Los partners de SAP podrían duplicar sus ingresos en 2024 según IDC

SAP ha anunciado que un nuevo modelo de impacto económico de IDC predice que los ingresos que generan los socios de SAP casi se duplicarán en los próximos cuatro años. El informe *IDC Vendor Spotlight* pronostica que los ingresos de los partners podrían pasar de los 141.000 millones de dólares de este año a 260.000 millones de dólares en 2024. Junto con la expansión de la economía de los partners de SAP, IDC estima que la creación de empleo en el ecosistema aumentará a 1,6 millones de empleados en 2024, frente a 1 millón en 2020. De los 600.000 nuevos empleados que entrarán a formar parte del ecosistema de SAP, 280.000 lo harán en puestos de consultores.

Los datos muestran que, debido al aumento del teletrabajo, se espera que las empresas inviertan más en soluciones basadas en la nube. Esto se traduce en una oportunidad de mercado de 204.400 millones de dólares para los partners de SAP de aquí a finales de 2024. Esta cifra de ingresos cloud representa el 68% del total de las nuevas oportunidades netas. "Este estudio confirma la amplia y creciente oportunidad de mercado que se presenta a los partners de SAP", ha declarado Karl Fahrbach, Chief Partners Officer de SAP. "El movimiento Next-Generation Partnering de SAP impulsa el crecimiento sostenido de los partners, al establecer ventas y servicios centrados en los partners y al conectar con los clientes de nuevas formas a lo largo de su ciclo de vida".



VERTIV.

Con gran energía

conseguimos gran eficiencia

¿Por qué no elegir la mejor protección eléctrica para tus aplicaciones Edge de TI mientras ahorras energía?

Con el nuevo SAI **Vertiv™ Edge** con tecnología line-interactive, lo tienes fácil.

Disponible en formato para rack o en torre, este SAI es altamente eficiente y compacto y tiene súper poderes para proteger tus cargas TI y también tu presupuesto.

- **Gratuito: Incluye el software Vertiv™ Power Assist y 2 años de garantía***

What's Your Edge?

Vertiv.com/WhatsYourEdge

*El período de garantía comienza cuando se entrega el equipo, según los términos de garantía de Vertiv. Garantía disponible solo al registrarse el SAI.

© 2020 Vertiv Group Corp. Todos los derechos reservados. Vertiv™ y el logotipo de Vertiv son marcas comerciales o marcas registradas de Vertiv Group Corp.

Hiperconexión digital: los españoles, cada vez más 'enganchados' a Internet

¿Cómo han cambiado nuestros comportamientos digitales estos últimos meses? Según un estudio de la consultora GfK, el consumo digital en España ha aumentado incluso en época veraniega, temporada normal de enfundar los ordenadores y salir más a la calle, superando actualmente los niveles del período previo a la irrupción de la covid-19 y corroborando un comportamiento que "ha llegado para quedarse". La transformación digital empieza por los individuos.

EN UN año tan atípico como este 2020, marcado por un acontecimiento imprevisto como es una pandemia mundial con consecuencias aún difícilmente mensurables en todo su alcance, el consumo digital está experimentado importantes cambios. De hecho, ha salido reforzado: los españoles se conectan más a Internet que nunca. Es lo que han estado investigando la gente de GfK España, que han dado a conocer estos días su informe *Escenario Digital Post-Covid*, que analiza la evolución del consumo digital en España desde el principio de 2020, con especial énfasis en los tres escenarios que marcan el antes, durante, y siguiente a decretarse el estado de alarma y los tres meses de confinamiento, así como las tendencias del consumo digital para los próximos meses.

A falta de otras alternativas, el confinamiento contribuyó a que los usuarios invirtieran mucho más tiempo en Internet, concretamente un 25% más que antes de la pandemia. Pero ahora, lejos del estado de alarma y en plena convivencia con el virus en la llamada "nueva normalidad", los españoles siguen siendo usuarios muy activos de Internet, pasando 169 minutos diarios, lo que supone casi un 3% más respecto a inicios de año. Ni siquiera los meses de verano, período en el que suele caer el tiempo de conexión en Internet, ha impedido que el consumo crezca, un incremento que se prevé muy superior en estos próximos meses con la llegada de una segunda ola y la campaña navideña.

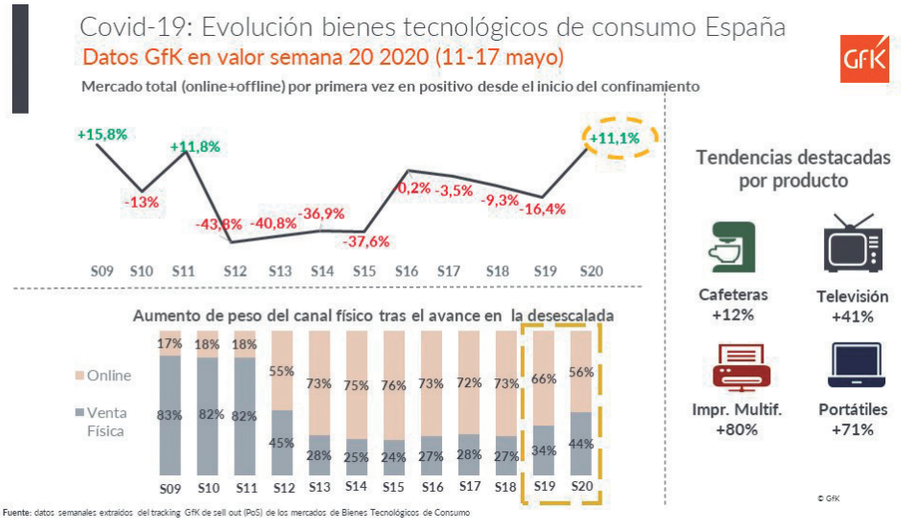
Si echamos la vista atrás, durante los meses de confinamiento se generó una demanda de equipos informáticos que sorprendió a muchos fabricantes con roturas de stock en determinados segmentos. "En cuanto a la informática vivió máximos en el periodo de confinamiento, pero ha perdido parte de su empuje ya que se ha cubierto y es menos necesario que cuando las propias empresas se vieron que no estaban preparadas para el teletrabajo", comenta David Sánchez, Digital Insight Manager en GfK.

Por contra, la venta de smartphones libres se frenó en seco, cayendo un -67% en la semana 12 en relación a 2019 y sin terminar de recuperarse en todo el periodo siendo la caída ya más moderada en la semana 19 con un -20%. "GfK estima que los consumidores han diferido la compra de nada menos que 220.000 terminales debido al confinamiento y cierre de tiendas. Esto genera una gran oportunidad para la segunda parte de 2020", asegura Sánchez.

El canal online experimentó un crecimiento del 180% frente al año anterior y aumentaba su cuota por encima del 70% durante esas semanas 12 a 18 tan "anormales" (cuando en un año normal como 2019 solo representaba el 20% de las ventas frente al 80% del tradicional). Por producto, un snapshot de la semana 20 indica un aumento de las ventas del 71% en portátiles y un 80% en impresoras multifunción (a modo de curiosidad, los televisores aumentaron un 41% y las cafeteras un 12%). El canal online copó las ventas hasta un 82-83% en las semanas 9 a 11, recuperándose a partir de ahí el peso del canal físico tras el avance de la desescalada, hasta un 56/44 a favor aún del canal online. Son embargo, no es hasta la semana 20 que la suma de ambas alcance los niveles de 2019, tras dos meses en negativo.

Pero esta foto fija solo muestra una escena concreta, no la película entera necesaria para establecer un diagnóstico. Y si bien se observa un cambio radical en el consumo digital, queda claro que obedece a un momento excepcional. "El 14 de marzo de 2020 todo cambia: se decreta el estado de alarma y, por primera vez, se paraliza la actividad económica (presencial) en España y los ciudadanos son confinados en sus casas", cuenta Sánchez. "Es una situación sin precedentes que provoca grandes cambios en el consumo digital. No obstante, ahora sabemos que se trató de un escenario desvirtuado. Durante el confinamiento vivimos algo excepcional, también lo fue en nuestro consumo digital".

GfK lleva trabajando años en el desarrollo de una solución de audiencias digitales capaz de medir el consumo multidispositivo mediante la tecnología single source para atender las necesidades de este complejo y rico escenario. Y para entender mejor lo que está pasando este año, se han establecido tres escenarios diferenciados para poder comparar el comportamien-



to durante el estado de alarma con los meses previos y con los posteriores. Nos encontramos muchas personas dedicando mucho tiempo haciendo muchas cosas... a veces a la vez: 21 millones de usuarios diarios accediendo a medios de comunicación, 11 millones en videojuegos, 12 millones operando en banca... De media un usuario dedica 30 minutos diarios a entretenimiento y medios, 30 minutos a gaming o 20 a dating. Se trata de discernir y separar todos esos consumos intentando aislar al individuo para luego extrapolarlo en sus perfiles.

En palabras de Sánchez, "el futuro será digital o no será. Y es cada vez más complejo, más multidispositivo y completamente transmedia. Los escenarios han ganado en complejidad, con una mayor fragmentación y una infinidad de combinaciones, con lo que es más difícil medir el consumo. Nuestra misión es saber controlar lo que se va a mantener en el tiempo, por eso el foco lo ponemos más en el individuo y menos en los dispositivos, porque las personas van a ser las mismas siempre, lo que cambian con el tiempo son los dispositivos que usa para conectarse".

La pandemia está impactando mucho en el consumo digital, y ha habido un incremento de todo, pero también ha añadido factores distorsionadores. "Debemos tener la capacidad de conocerlo, medirlo y dotarnos de las herramientas que nos permitan establecer el comportamiento personal independientemente del origen de todo ese consumo digital. Medimos cómo es su clickstream y sus hábitos digitales. En esto somos pioneros en GfK con nuestra tecnología de single source", señala Sánchez. "Es una especie de Mittel independiente de cómo se conecte el panelista y con qué dispositivo. Para ello disponemos de un panel de control para tener desde el minuto cero todo su historial de navegación, y mediante la observación integrar todo el multi-consumo de tiempo en otros sistemas de datos como censales, grandes plataformas o paneles de audiencia y tener una mayor visión de contexto".

¿Qué ocurrió durante el estado de alarma? Pues como primera conclusión, está el aumento significativo del tiempo en consumo digital. Según nos cuenta Rosario Borrego, Digital Analytics Manager, las mediciones históricas sirven "para ver si es normal o qué va a ser normal. Si se va a comportar de manera distinta a como antes del Estado de Alarma, a como durante y a como después. Vamos de dos horas y 45 minutos al día (165'/d) por persona conectados a Internet con un alto protagonismo del smartphone (136'/d) en un escenario de 'confortabilidad' en enero y febrero, pasando por los 208'/d, un incremento del 25% de marzo a junio, en una situación sin precedentes, a un tercer escenario de nueva normalidad de 169'/d entre julio y septiembre, algo más similar al primer escenario".
Pero eso no es suficiente para hacer una buena planificación de la inversión digital. Hay que conocer mejor desde dónde se conecta y qué intereses tiene el consumidor. Sánchez apunta que "sabemos qué pasó, y podemos ver la desagregacion de este consumo que ha tendido hacia la gran pantalla digital durante el estado de alarma. Esto significa contenidos más audiovisuales, porque mientras baja algo el smartphone, vuelve la tablet y el desktop a crecer. Luego en el estado de nueva normalidad, el smartphone recupera". Así, mientras el teléfono bajaba de 58,4% a 54,7% y volvía a subir 59,8% en la nueva normalidad, la tablet subía del 5,7% al 6,2% para quedarse en el 6,6% y el sobremesa de 35,8% al 39,2% volvía a caer a un 33,6%.

GfK también ha comparado los intereses prevalentes entre estos tres escenarios del 2020. "Se puede comprobar cómo han evolucionado los intereses de los usuarios: el entretenimiento sube un 14 %; el gaming se pasa de un 26% durante el confinamiento y ahora un 3% en la nueva normalidad; el deporte fue el gran perjudicado, al suspenderse la mayoría de las competiciones, con una caída del 22%, que ahora en la nueva normalidad ha vuelto a incrementarse hasta el 11%; los medios de comunicación se comportaron a la inversa, se incrementaron un 11% durante el confinamiento por la sed de noticias, pero ahora es solo de un 4%; en cuanto a las series de tv, crece más ahora que en el mismo confinamiento, lo que confirma que la televisión se digitaliza cada vez más".

Tiempo de "mantita y mando a distancia"

La alta estancia en el hogar que ha marcado 2020 tiene una incidencia muy clara en los intereses digitales de los españoles. De hecho, el consumidor cada vez se preocupa más de hacer de su casa un espacio confortable, en el que poder pasar más tiempo. Esta tendencia que en marketing se empezó a conocer como cocooning, hoy tiene su propio hastag #nesting.

David Sánchez, Digital Insight Manager en GfK.

Rosario Borrego, Digital Analytics Manager en GfK.

Los españoles consumen más medios y entretenimiento que nunca (un crecimiento del 26% durante el estado de alarma y del 3% en la nueva normalidad, respecto a la "vieja normalidad") y también más televisión, pero no de la forma tradicional. Estamos ante un medio cada vez más digitalizado y protagonizado por las plataformas de VOD (video on demand) de pago como Netflix (+8%), HBO (+11%) y Amazon Prime (+40%) principalmente, que salen reforzadas del confinamiento, seguidas de otras como Disney+, Movistar+ o Filmin.

De la misma forma, el interés en la categoría Hogar y Decoración crece un 10% en la nueva normalidad y las plataformas de Delivery (como Glovo, Just Eat y Deliveroo, entre otras) aumentan en un 17% su cifra de usuarios únicos. No obstante, los usuarios también buscan prolongar sus experiencias fuera del hogar, ya sea conociendo gente nueva (ahora las plataformas de Dating se utilizan un 9% más que en la vieja normalidad) y preocupándose por el aspecto físico (consumimos un 5% más de Moda).

Otro aspecto esencial que ha marcado 2020 y que influye directamente en las relaciones sociales es la consolidación de una nueva forma de comunicación: las videollamadas. Los españoles dedicaron el doble de tiempo a esta actividad durante el confinamiento, unos 66 minutos diarios, con grandes protagonistas como Zoom, Microsoft Teams o Cisco Webex, y otros como Hangouts, Go to Meeting, Whereby, Houseparty...

Pero lo cierto es que esta vía de comunicación ha llegado para quedarse y sigue muy presente en la nueva normalidad, en la que invertimos 50 minutos al día (un 43% más) y en la que se han ganado 800.000 usuarios diarios respecto a antes de la pandemia. "El cocooning llega para quedarse, reforzado por la fuerza del digital. Se ve en el empuje de las plataformas de televisión y de las videollamadas. La evolución del consumo de las videollamadas en estos tres escenarios ha pasado de 35'/d al principio, a 66'/d durante la cuarentena, a 50'/d ahora con un incremento de 43%", señala Borrego. "Ha habido 800.000 personas más que antes que se han conectado a las videollamadas, 435.000 en Zoom que despega y 365.000 en Teams. Nueva forma de comunicación en lo personal que se incorpora en este año atípico, y que ya supone un tiempo importante de conexión en las relaciones sociales".

Una parte fundamental del consumo digital es el eCommerce, al que la pandemia ha reforzado y que ha establecido nuevas experiencias de consumo. Más allá de la fidelización de las personas que ya compraban online, lo llamativo es la inclusión de nuevos actores al escenario del comercio electrónico: más del 10% de los compradores online lo hicieron por primera vez durante el confinamiento. Que permanecerán en la nueva normalidad.

"Sobre el eCommerce, el informe de GfK señala que un 10% de los usuarios no habían comprado nunca antes por online, mientras que un 40% lo hicieron utilizando algún comercio que no habían utilizado antes, mostrando un mercado que se diversifica. Se ha incrementado el número de compradores y una democratización del número de players", relata Sánchez. "Sin embargo los grandes pure players han mejorado sus números porque llevan más tiempo trabajando el modelo y estaban mejor preparados. Amazon subió en 168.000 compradores, y AliExpress supera el umbral de los 4 millones de usuarios. Eso sí, de la compra búnker de artículos de primera necesidad experimentamos una vuelta al hedonismo con los relacionadas para el disfrute y la immagen personal, quizá con más fuerza".

Hacia un conocimiento 360 del consumidor

Por resumir, las tendencias que se observan en este estudio de GfK: más hiperconexión, desde múltiples dispositivos con foco a la movilidad; más tv digital, con incremento del uso de las plataformas de streaming y en grandes pantallas; más Internet, que ayuda a estar más confortables y pasar mejor tiempo en casa; más videollamadas, nueva forma de comunicación y que se va a incrementar ahora más por la consolidación del teletrabajo; y más eCommerce, que adquiere cierta normalización.

Los hábitos del consumidor digital, así como sus inquietudes y preferencias, son cambiantes y también se amoldan a las circunstancias sociosanitarias. Esto supone un reto para la industria digital: construir una radiografía certera que tenga en cuenta todas las casuísticas que confluyen y determinan este consumo. "Se trata de anticipar datos para tomar decisiones y saber donde invertir, y analizar los escenarios para ver si se confirman las expectativas", dice David Sánchez. "La tecnología nuestra single source es capaz de medir al usuario, independientemente del dispositivo con el que se conecte, para poner foco en las personas. Sin embargo, queda aún integrar consumos offline mediante la escucha en RRSS, por ejemplo".

Sin embargo, también se trata de una oportunidad para todos los actores del sector, desde las agencias y soportes hasta los anunciantes, de obtener un conocimiento mucho más completo y valioso sobre el consumidor a través de nuevos sistemas y desarrollos tecnológicos de medición y análisis de audiencias y consumos digitales. "Lo importante es que la venta se produzca, independientemente del canal de conversión, y apoyar al prescriptor de la venta. Es lo digital, cualquier elemento que sirva es válido, independientemente de cuando y como finalice. Últimamente, lo que estamos recibiendo son peticiones de grandes plataformas que quieren demostraciones basadas en datos, y cómo convertimos de canales online a otros tradicionales y tiendas físicas".

¡BIIP VUELVE A REVOLUCIONAR!

biip revolucionó la restauración digital al reducir el tiempo de servicio, garantizar la seguridad, velocidad en los pedidos y liberando mesas rápidamente para servir a más clientes.

¡Y AHORA BIIP VUELVE A REVOLUCIONAR UNA VEZ MÁS!

Hasta finales de 2020, en todos los pagos hechos a través del biip, el comerciante no pagará comisión alguna sobre las Tarjetas de Crédito y Débito.

¡DISFRUTE MÁS DE ESTA REVOLUCIÓN Y LLEVE HOY EL FUTURO DE LA RESTAURACIÓN A SUS CLIENTES!

biip App Store Google Play

zone soft www.biip.es comercial@zonesoft.es zonesoft

Xerox presenta sus soluciones flexibles y conectadas para una nueva forma de trabajar

Máxima seguridad para compartir información, conectividad con aplicaciones y sistemas corporativos y una gestión documental sencilla, son las principales características de la oferta de Xerox para pymes y trabajadores en casa. Los equipos Xerox AltaLink C8100/B8100, con las aplicaciones y la automatización de ConnectKey, acelera además la transformación digital de la oficina híbrida entre presencial y remota.

A MEDIDA que los clientes buscan gestionar la información a través de plataformas digitales y físicas, Xerox ofrece una experiencia fluida, segura y sostenible. Ya sea inventando la copiadora, Ethernet, la impresora láser o más, Xerox ha definido durante mucho tiempo lo que es la experiencia de trabajo moderna. Hoy Xerox anuncia una completa gama de soluciones y equipos, Altalink 8100, orientados a cubrir todos los retos y necesidades de las empresas en un tiempo que trae consigo una nueva forma de trabajar. La situación generada por la covid-19 ha desplazado de las oficinas a los domicilios la fuerza de trabajo, un modelo que previsiblemente se va a mantener en el tiempo.

Luis Heras, director de Marketing de la Entidad Sur de Xerox.

Según los resultados del estudio de Xerox sobre *el Futuro del Trabajo* (Vanson Vourne, junio 2020), el 82% de la fuerza laboral regresará a su oficina en un lapso de 12 a 18 meses de media. De cara al regreso, que en algunas ciudades ha comenzado en septiembre, las empresas están invirtiendo en nuevos recursos para ser compatibles con una fuerza de trabajo híbrida. El 56% busca aumentar sus presupuestos de tecnología, según este estudio, ya que es el único medio que facilita el acceso a los sistemas desde la oficina y en remoto.

"Como estamos viendo desde hace meses, los empleados no están regresando a la oficina todos a la vez, o incluso en las condiciones que tenían antes, pero la necesidad de que las empresas puedan trabajar con una fuerza de trabajo híbrida permanecerá por tiempo indefinido", manifiesta Luis Heras, director de Marketing de la Entidad Sur de Xerox. "Las industrias que dependen de las interacciones en persona o el trabajo práctico, como la atención médica, la construcción y la propiedad, y la distribución y el transporte, parecían ser más optimistas y anticipaban que las operaciones más normales se reanudarían aún más rápidamente. Por el contrario, los servicios financieros, las tecnologías de la información y las telecomunicaciones, entre otros, parecen estar alineados con un cronograma más cauteloso y medido".

El debilitamiento de las actitudes de los empleadores hacia el trabajo a distancia presagia el surgimiento de un lugar de trabajo híbrido, con empleados que trabajan de forma remota todo el tiempo, parte o ninguna, según la descripción de sus puestos. Para el personal, la flexibilidad puede abrir la puerta para disfrutar de áreas de menor costo para vivir y lograr un mayor equilibrio entre el trabajo y los compromisos personales, quizás produciendo en última instancia una mayor satisfacción laboral. Para los empleadores, la oportunidad de ahorrar en gastos de capital, como espacio de oficina, mientras contrata al mejor talento independientemente de la ubicación puede ser una propuesta convincente.

Por este motivo, los responsables de negocio han posicionado como una prioridad en su agenda la inversión en tecnologías colaborativas, que permitan compartir información de manera segura. El trabajador en remoto debe tener acceso a todas la aplicaciones y recursos para mantener su nivel de productividad independientemente del lugar desde donde trabaje. "Sin embargo, que el hogar haya pasado a ser para muchos el nuevo entorno de trabajo puede derivar en brechas de seguridad si no se contemplan medidas", advierte Heras.

La estrategia de Xerox para habilitar un entorno laboral efectivo contempla varias tecnologías de la casa:

- La instalación sencilla de redes y controladores para conectar equipos multifunción como Xerox B215 y WorkCentre 6515, que facilitan a los empleados remotos la impresión, copiado y escaneo directamente al correo electrónico.
- Los usuarios más avanzados pueden contar con Xerox App Gallery, que hace posible la conexión segura de equipos como VersaLink B405 con todas las aplicaciones corporativas, entre las que se incluyen herramientas de productividad en la nube de fabricantes líderes, como Microsoft o Salesforce.

Cualquiera de estos equipos incorpora opciones de asistencia remota para mantenimiento y solicitud de consumibles. Con esta propuesta, Xerox garantiza un entorno protegido, donde la colaboración eficiente, el almacenamiento y uso compartido de información de manera segura y el cumplimiento normativo en gestión documental están garantizados. "Y es que como señala el estudio, aproximada-

mente uno de cada cinco encuestados indicó que deseaba tener una impresora multifunción en casa, en parte para acceder a estos beneficios. Estos hallazgos subrayan el papel fundamental de los impresores a la hora de respaldar y permitir una experiencia laboral productiva mucho más allá de sus capacidades básicas", apunta Heras.

Hacia la oficina híbrida

Los empleados pasan de media un tercio de su jornada buscando información, una situación que puede ser solventada con Xerox DocuShare, una de las innovadoras soluciones del fabricante japonés para la oficina híbrida. Se trata de una plataforma de gestión de contenidos que captura y digitaliza documentos, ayuda a encontrar y compartir archivos de forma sencilla y los conserva y enruta con flujos de trabajo automatizados en un solo paso. Asimismo, DocuShare se integra con un equipo multifunción y con otros sistemas clave para facilitar la subida y transferencia de archivos. Las conexiones cifradas entre el equipo y la solución alojada en la nube garantiza una seguridad completa durante todo el ciclo de vida de los documentos.

Por otra parte, los nuevos multifuncionales (MFP) de Xerox AltaLink C8100 y AltaLink B8100 ayudan a mantener un entorno de trabajo flexible, colaborando con las empresas a la hora de acelerar su transformación digital con el acceso al ecosistema de aplicaciones ConnectKey. Además de sus funcionalidades de impresión, los AltaLink disponen de un escaneado ultrarrápido de hasta 270 imágenes por minuto. Combinadas con las aplicaciones desarrolladas por Xerox, estos MFP ofrecen a las organizaciones un correcto asistente para el lugar de trabajo y un aliado en el camino hacia la digitalización.

Macarena Perlado, Workplace Solutions Expert de Xerox España.

Estos equipos tienden un puente entre el mundo físico y el digital con aplicaciones innovadoras como Note Converter, que convierte la escritura a mano en documentos de texto editables, y Audio Documents, que crea archivos de audio a partir de texto. Asimismo, en el apartado de seguridad, la serie 8100 está dotada de la máxima seguridad gracias a la integración con las herramientas de McAfee, LogRhythm y Splunk SIEM (antivirus, accesos y gestión segura de información y eventos).

Para Macarena Perlado, Workplace Solutions Expert de Xerox España, "Xerox trabaja constantemente para ser relevante en el mundo actual, investigando en profundidad cuáles son las necesidades reales de las empresas. La oficina híbrida, con trabajo en remoto y presencial, va a permanecer como modelo dominante para las organizaciones. Nuestra misión, como demuestran nuestras nuevas soluciones de hardware y software, es convertir estos entornos en los más efectivos y productivos y garantizar así un retorno de la inversión".

Estudio sobre el futuro del trabajo en una era pandémica

La vuelta al trabajo tras el confinamiento está abriendo dudas sobre el cambio que ha supuesto el trabajo en remoto, cambios que inciden sobre todo en la percepción de los pros y contras en la organización del trabajo presencial y a distancia. Unos piden una transición rápida al teletrabajo, para lo cual deben aviarse de una infraestructura tecnológica que en muchos casos ha suplido el propio trabajador. Pero esta tecnología, que a veces tiene que ser distinta a la que se han provisionado hasta ahora las empresas, influirá en los futuros hábitos de compra de tecnología, transformación digital, piorización de unos modelos de cultura empresarial y hasta usos de la impresión. Son los temas que Xerox ha tratado en la encuesta lanzada a 600 clientes de más de 5.000 empleados de doce sectores productivos de América del Norte y Europa, de las que extraemos aquí solo los datos referidos al canal:

- **Oportunidad para el canal**
  - 63% priorizará / planeará invertir en el apoyo de TI a distancia como resultado de covid-19 y periodos prolongados de trabajo a distancia.
  - 56% es más probable que compren a las empresas de tecnología que tomaron medidas / prestaron apoyo a los esfuerzos de ayuda covid-19.
  - 32% trabajaría con una compañía que proporciona un paquete completo de soluciones tecnológicas para simplificar la compra y la implementación, incluso si los costes son ligeramente más altos.
- **Compras pendientes para el teletrabajo**
  - 55% está priorizando específicamente los recursos de tecnología remota.
  - 40% asignará el presupuesto a lo largo de un híbrido de recursos remotos y en la oficina.
  - 65% priorizará el software basado en la nube.
  - 63% el soporte de TI remoto.
  - 52% software de colaboración, un habilitador claro para trabajo en equipo y productividad.

La primera fase del esfuerzo según el informe *Future of Work* de Xerox se desarrolló para comprender el impacto de la pandemia en las empresas globales, y cómo han ajustado sus recursos y tecnología en función de las lecciones aprendidas de la transición al trabajo híbrido. La próxima ola de conocimientos de investigación deberá examinar más de cerca el componente de recursos humanos y los elementos asociados. Lo que queda claro es que la nueva forma de trabajar traerá nuevos desafíos y exigirá más de los empleados, líderes y empresas para el éxito a largo plazo.

Samsung B2B Summit: 'Business Must Go On'

Podría ser el grito pelado de miles y miles de pequeños y grandes empresarios a lo Freddy Mercury en el karaoke de la esquina... si este pudiera estar abierto. La pandemia ha trastocado un mundo que creíamos seguro donde una variable como un virus microscópico no estaba catalogada y menos con este alcance y repercusión. Y sin embargo, la rueda sigue girando, y hay negocios que han sabido responder y adecuarse a las nuevas circunstancias y salir airosos. Curiosamente, los que estaban en el lado de lo digital.

PERO INCLUSO los que estaban preparados y no han procrastinado, se han visto impelidos por unas normativas más o menos improvisadas y más o menos justificadas que han hecho que los clientes, turistas y hasta el más marciano se volatilizaran de la noche a la mañana. La asignatura pendiente de muchas pymes sigue siendo la digitalización, y esta a veces no es cosa de grandes inversiones inalcanzables, basta tener un smartphone a mano y llevar algunos procesos automatizados que antes se hacían a bolígrafo y papel a través de la nube. Para ayudar en esta transición, Samsung Empresas ha vuelto a organizar su cumbre del B2B, esta vez de manera virtual y transmitida por streaming.

A ella asistieron más de 500 representantes de pymes de toda España con la curiosidad de conocer los nuevos retos y oportunidades que la tecnología móvil puede aportar a sus negocios. Para la ocasión Samsung contó como cabezas de cartel con la participación de Gerardo Cuerva, presidente de la Cepyme (Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa) y de Javier Rodríguez Zapatero, socio fundador y presidente del ISDI (Instituto Superior para el Desarrollo de Internet), que aportaron su visión sobre las necesidades actuales de los negocios y el valor del pensamiento digital para adaptarse a un entorno tan cambiante.

Como anfitriones, por parte de Samsung estuvieron presentes David Alonso, director de Empresas, Enrique Martín, responsable de Desarrollo de negocio B2B, y Carlos Gándara, director de Ventas B2B, que profundizaron en sus respectivas intervenciones en todas las ventajas que la movilidad aporta para incrementar eficiencia y productividad, pero también como catalizador para conseguir más clientes allí donde quiera que se encuentren.

El evento comenzó con un diálogo entre Alonso y Cuerva, conducido por la periodista Ángeles Blanco, en el que abordaron la situación actual de las pymes ante la necesidad de digitalización y qué herramientas pueden ayudarles. En este sentido, el director de Empresas de Samsing apuntó que "el proceso de transformación no sólo es de la pyme, es de todas las personas. Nuestra forma de vivir y comunicarnos ya es mayoritariamente digital, y las empresas tienen que adaptarse a los tiempos que vivimos. Sin embargo, para ello tenemos también antes que conocer la tecnología para saber cómo aplicarla y que sea eficiente".

Enrique Martín (Samsung).

Un dato que explica por sí mismo la dependencia de España a unas relaciones físicas que igual tardan en volver indica lo mucho que queda aún por hacer para alcanzar un entorno híbrido. "España tiene un 99% de pymes y sólo un 14% tiene un modelo de relación digital con sus clientes -señalaba Alonso-. Lo hemos comprobado en el confinamiento: la única forma de relacionarnos tenía que ser digital. Por eso es tan importante el acuerdo de Samsung y Cepyme, del que surgirán iniciativas concretas para identificar problemas en diferentes sectores y a los que aportaremos soluciones en su camino hacia la transformación digital".

En este contexto, la formación tiene igual o mayor importancia. Cuerva señaló por su parte que "la pyme española tiene como reto la digitalización, sí, pero también la cualificación en diversas tecnologías para aplicar en su día a día y asumirla dentro de su cultura empresarial. La digitalización no sólo implica comprar ordenadores; si queremos dar un salto cualitativo en la actividad profesional, hay que contar con las personas y su formación, así como con ayudas y el asesoramiento adecuados".

E insistió el presidente en que para Cepyme la digitalización es un "objetivo prioritario y a él encaminamos nuestros esfuerzos, buscando alianzas y acuerdos con expertos como en este caso es Samsung, e incidir en este aspecto de la formación si queremos ser competitivos e incrementar nuestra productividad. Elegir la transformación digital no es una opción, es una necesidad para seguir siendo competitivos. Pero necesitamos ayudas directas e incentivos fiscales. Porque el país, para salir de esta situación económica, necesita de las empresas, como las empresas necesitan del pais".

Es ahora o VUCA

Mascarillas y gel hidroalcohólico, distancia social, restricciones y confinamiento perimetral...

no queda otro camino que el de la digitalización, la actividad empresarial no puede detenerse. Digitalizar es la "garantía de éxito en un entorno de tanta incertidumbre como el que estamos viviendo", se señaló en el encuentro. El negocio debe continuar a pesar de la crisis del coronavirus, o las que estén por venir, donde las empresas se han visto en la obligación de mantener a sus plantillas conectadas sin salir de sus hogares -gracias a la cobertura de unas tecnologías que tampoco es que estuvieran pensadas explícitamente para el teletrabajo, pero que sirvieron para salir del paso-.

Pero más importante aún, el negocio debe continuar sin perder el vínculo con los clientes, improvisando todo tipo de iniciativas dirigidas a ofrecer una asistencia y un soporte remoto lleno de retos y obstáculos al que nunca se habían enfrentado antes de manera tan a vida o muerte. Y ha sido la web, la nube, el escenario que ha hecho posible seguir funcionando, y los dispositivos informáticos el factor catalizador para aumentar incluso el número de clientes y pedidos. Pero todavía queda mucho trabajo por hacer si se pretende sobrevivir en circunstancias tan complejas.

El portfolio de Samsung, en su largo compromiso con la transformación digital de las empresas, está lleno de productos y servicios indicados para cualquiera de los procesos productivos de una pyme. "Aunque apreciamos negocios que son early adopters, existe una gran mayoría de empresas que son escépticas a dar el salto hacia la digitalización. Desde Samsung animamos a las pymes españolas a que utilicen la tecnología que necesitan para ser más productivos, para identificar oportunidades de negocio y optimizar sus cifras de resultados. Los terminales Galaxy como smartphones y tablets o los dispositivos rugerizados nos ayudan a gestionar la información de forma segura gracias a Samsung Knox y a mejorar los procesos de negocio, desde CRM y ERP hasta la venta directa con TPV móviles y firmas digitales", explicaba Martín.

Javier Rodríguez Zapatero (ISDI).

Por su parte, Rodríguez Zapatero, remarcaba: "Estamos rodeados de tecnología: Blockchain, Inteligencia Artificial…y el entorno VUCA es volátil e incierto. Se están produciendo cambios en el comportamiento de los consumidores, y por tanto, cambios en el negocio. La distancia entre desear y disfrutar se ha acercado, y la manera en la que se ofrece valor, es diferente. Los usuarios esperan que la respuesta sea rápida, y aquí los negocios pequeños ya tienen una ventaja de partida por su cercanía".

A lo que añadía: "El 85% de las tareas de 2030 aún no se han inventado, eso significa que esas propuestas de valor no se han creado todavía. Por eso animo a que los negocios aprovechen su agilidad, entiendan qué necesita el cliente". Un ejemplo de ello fue la exitosa iniciativa de Julio Quiroga, de La Antigua Churrería, que ante las restricciones de aforo en los locales ha encontrado en el delivery una vía de escape. Eso sí, el servicio y atención al cliente debe ser igual de exigente.

David Alonso (Samsung).

Samsung lleva años apostando por el sector empresarial, pero ha tenido que llegar una crisis como la de la covid-19 para que la transformación digital de la que se lleva hablando años se haya acelerado. "Tenemos la obligación de ayudar a la empresa y apoyarle en su proceso de transformación digital para que pueda salir adelante", argumentaba Gándara en su mesa redonda. "La digitalización significa mejorar la productividad en dos sentidos. Por un lado, optimizar las formas de hacer las cosas, reducir costes y mejorar los procesos. Por otro lado, generar más negocio o crear nuevos negocios e incrementar nuevos líneas de beneficio".

A modo de colofón, Alonso volvía al set de televisión a cerrar el evento dando las cuatro claves que resumen el punto de vista del fabricante sudcoreano. Una, que es el momento idóneo para esa transformación digital: "La digitalización ya no es una opción. Es transformarse o desaparecer", afirmaba. Dos, el amplio abanico que proporciona la tecnología para abordar esta transformación digital, y su cada vez mayor facilidad de uso: "Esto va de tecnología. Pero nunca ha habido tanta y tan fácil de usar". Tres, y a pesar de ello, la necesidad de formación y talento: "Tenemos que reciclarnos, conocer la tecnología de la que disponemos y aprender qué procesos se deben transformar dentro de las empresas". Y cuatro, el apoyo de las Administraciones Públicas y el Gobierno, las cuales "deben ayudar e implicarse de manera activa en todo este proceso".

Con una segunda ola de la pandemia en ciernes y un futuro tan incierto, no hay tiempo para pensar y lamentarse. Samsung puso en valor la importancia de la digitalización de las pymes en este encuentro que sirve para dar a conocer y asumir los retos con un mínimo de garantía. Los negocios deben seguir adelante incluso en los entornos más hostiles.

Espacios colaborativos, nuevos retos para las salas de reuniones

¿Estamos preparados para los requisitos colaborativos del futuro? ya sea en un futuro próximo o a más largo plazo, lo que está claro es que la tecnología tiene que estar presente. Por ello Philips Professional Display Solutions presenta diferentes soluciones de pantallas colaborativas diseñadas exclusivamente para uso corporativo.

La serie C-Line viene con un sistema de compartición inalámbrico apto desde cualquier dispositivo, ofreciendo hasta 4 fuentes simultáneas y la posibilidad de tener hasta 64 dispositivos conectados, a través de la red Wi-Fi existente o usando un dongle externo en cumplimiento de la ley de protección de datos GDPR. Además, al ser una pantalla táctil capacitiva con pizarra lleva incorporado el Windows 10 profesional facilitando así su incorporación en la red corporativa de cualquier empresa.

Al tener incorporado el dongle permite a los invitados y miembros del equipo transferir contenido de forma rápida y segura sin conectarse a la red corporativa. Dicho dongle se conecta al puerto USB y HDMI

PHILIPS
Professional
Display Solutions

www.philips.es/p-m-pr/professional-displays

para proporcionar conectividad inalámbrica instantánea, no necesita ni configuración ni software adicional, simplemente conectar y presentar.

Y la realidad es que tenemos que adaptarnos a un futuro donde el trabajo remoto será cada vez más habitual, pero teniendo en cuenta que las reuniones de negocios seguirán estando presentes y teniendo un papel muy importante, permitiendo conectarse de manera fácil y segura con el equipo, los clientes o los proveedores. Por ello, ya sea en grandes salas de reuniones o huddle rooms, pequeños espacios para reuniones individuales, es muy importante tener la tecnología y las herramientas adecuadas.

Para este sinfín de necesidades y la evolución del mundo digital, Philips PDS cuenta con tecnología táctil IR en la nueva gama de la serie T-Line, la cual incorpora Android 9. El modo pizarra mejora la interactividad y la aplicación "Interact" mejora la colaboración en las reuniones, permitiendo conectar fácilmente la pantalla con aplicaciones, medios y contenidos en línea.

Este entorno configura un catálogo de oportunidades para las empresa, porque no sólo hablamos de tecnología sino que esta se adapte a las necesidades de los usuarios y cumpla con sus expectativas de manera fácil, ágil y sencilla. Unas necesidades cada vez más enfocadas en espacios reducidos, con reuniones más centradas y de mayor calidad, aumentando la productividad en un entorno colaborativo positivo.

Por otro lado, dejando de lado la interactividad Philips PDS presenta la nueva serie B-Line con una máxima versatilidad y equipada para una mejor colaboración y nuevos niveles de simplicidad para adaptarse a cualquier tipo de industria y empresa. Aprovechando la potencia de Android P, Crestron Connected V2 y con Chromecast integrado se puede crear y compartir de forma inalámbrica desde cualquier dispositivo de forma segura, fluida e instantánea.

Así es como vemos que, en todas las gamas, el contenido multimedia gana protagonismo y la conectividad es esencial en la evolución del mercado corporate. Por ello todas las pantallas de Philips PDS vienen con Android integrado, y están optimizadas para aplicaciones nativas de Android, instalándolas directamente o en el caso de la B-Line desde Google Play Store, con automáticas actualizaciones, garantizando que siempre se cumpla con las características y protocolos de seguridad necesarios. Las pantallas de Philips PDS son rápidas, versátiles y fáciles de utilizar.

PHILIPS
Professional Display Solutions

www.philips.es/p-m-pr/professional-displays

A. Relvas (ZTE): «La seguridad de la 5G debe ser diseñada por defecto ahora y no que se piense después»

ZTE es proveedor de origen chino de sistemas avanzados de telecomunicaciones, dispositivos móviles y soluciones de tecnología para consumidores, operadores, empresas y organismos públicos de extremo a extremo. Es uno de los pioneros en la red 5G a nivel mundial que lleva cerca de una década de investigación en la futura conectividad móvil, y ha visto en España una oportunidad de negocio.

EN ESTE sentido, ZTE es una alternativa a Huawei que ha superado a día de hoy los filtros impuestos por la Administración Trump. Pero esa no es nuestra guerra, aunque es cierto que nos preocupa y mucho el tema de la seguridad en la siguiente generación de las redes 5G. Por este motivo y para conocer un poco más a esta empresa, en este número entrevistamos a Antonio Neto Relvas, director de Estrategia de Ciberseguridad de ZTE.

Este ingeniero portugués afincado en Londres desde hace unos años lleva en el cargo apenas diez meses, pero ya ha tenido que lidiar con toda una crisis pandémica y que tuvo su primer aldabonazo en Europa con la suspensión de Mobile World Congress. Relvas procede de la teleco lusa PT, en la que estuvo 14 años para pasar a desempeñar desde 2014 el papel de asesor y analista bien en diversas consultoras especializadas como Deloitte o como independiente.

La 5G es el próximo paso en la evolución de las tecnologías de acceso inalámbricas, la cual no solo permitirá alcanzar tasas de datos diez veces superiores a las disponibles hoy, sino que permitirá muchas más conexiones de manera simultánea, estimadas en un millon por km^2. Además, la otra característica básica es la baja latencia, entre 1 y 2 milisegundos, lo cual posibilitará nuevos casos de uso.

¿Cuándo veremos la 5G de manera habitual?

La 5G ya está aquí. Sin embargo, todavía no está ampliamente difundido puesto que todos los ecosistemas que soportan 5G están en desarrollo y poniéndose en uso. Las áreas de enfoque para su implementación parecen ser áreas con una alta concentración de dispositivos, tanto móviles como del IoT, para ofrecer tanto velocidad como disponibilidad para un gran número de conexiones.

Como tecnología ya probada, cada vez más empresas están empezando a confiar en la 5G y a desarrollar modelos de negocio para utilizarla a gran escala en más productos y servicios. Uno de los casos prácticos más visibles que podemos señalar es que ciudades en todo el mundo ya están desarrollando modelos de Smart City que se basan en 5G.

En 2020 empezamos a utilizar esta tecnología, y en 2021 veremos la ampliación de las áreas cubiertas por 5G. Las empresas están empezando a planificar ahora cómo acelerar sus modelos de negocio para aprovechar la innovación de 5G con el fin de seguir siendo competitivos en esta economía de rápida digitalización. Esta revolución comenzó con la disponibilidad de la banda ancha móvil mejorada (eMBB). Es una extensión de los servicios 4G existentes y se encuentra entre los primeros servicios 5G disponibles comercialmente, lo que permite a los proveedores brindar una mejor y más rica experiencia a sus clientes. El escenario eMBB está disponible y en países como Corea del Sur y China ya son populares los usos de ámbito público.

¿Cómo debería ser la seguridad "por diseño" en la era 5G?

5G es un paso adelante sustancial para las redes de comunicaciones. El propósito es ser más rápido, más fiable y gestionar la escala de dispositivos prevista para el llamado Internet de las Cosas. Será el habilitador de la transformación digital de toda la sociedad, desde los procesos de negocio hasta la fabricación. La 5G ofrecerá funciones de redes múltiples, servicios de varios niveles y multiconectividad. Estas tecnologías se moverán a través de entornos virtuales, y exigen que la seguridad de 5G se diseñe, implemente y gestione ahora y no que se piense después.

Un enfoque cuidadoso de estas nuevas tecnologías y de las nuevas arquitecturas y características asociadas, como la división de redes, la virtualización y la nube, introduce nuevas amenazas que requieren la aplicación de nuevos tipos de controles. Esos controles de seguridad se ocupan de muchas de las amenazas conocidas en la actualidad (redes 2G/3G/4G) e incluyen nuevas capacidades de autenticación mutua, una mejor protección de la identidad de los abonados y mecanismos de seguridad adicionales. Además, la adopción de un enfoque de confianza cero (Zero Trust), combinado con las técnicas avanzadas de inteligencia sobre amenazas cibernéticas, mejorará aún más la seguridad.

La mayor parte de esta seguridad es definida conjuntamente por proveedores, operadores y otros actores relevantes del sector, trabajando juntos y contribuyendo activamente a los diversos estándares y esquemas que abordan la seguridad de 5G, como el 3GPP y el GSMA NESAS. De esta manera, todos los proveedores siguen los mismos estándares que lidera la llamada "seguridad por diseño" (Security by Design).

¿Por qué deberían continuar los esfuerzos de digitalización, pero confiando en las garantías de seguridad?

La sociedad sigue impulsando la digitalización para lograr importantes beneficios sociales y económicos, una mayor eficiencia y una mayor productividad en una serie de sectores. La atención se centra en la recopilación, el procesamiento y el análisis en tiempo real de cantidad de datos de diversas fuentes posibles para permitir la toma de decisiones, la experiencia del cliente, la inteligencia predictiva y mucho más.

Todo esto sólo es posible gracias a los avances de las TIC y la inteligencia artificial, en particular el aprendizaje automático (Machine Learning), entre otros avances. Sin embargo, la verdadera naturaleza del tiempo real sólo es posible gracias a las redes mundiales interconectadas de manera efectiva. A medida que la 5G comience a tomar forma e introduzca una funcionalidad que alcance nuevas cotas con innumerables oportunidades para una mayor digitalización, ampliará simultáneamente el panorama de las amenazas a la seguridad cibernética hasta extremos nunca antes conocidos.

Como resultado, casi todas las funciones tienden ahora a adoptar una forma digital. Sin embargo, esta amplia exposición significa un aumento de los desafíos de seguridad, lo que conlleva el posible daño a la reputación. Por ejemplo, en el caso de los gobiernos, la seguridad nacional puede estar en peligro. Por ello, es esencial una amplia garantía de seguridad a lo largo de todo el proceso de desarrollo 5G, con la colaboración y coordinación de todas las partes implicadas.

¿Cómo es el enfoque de ZTE sobre la transparencia y la garantía de seguridad en 5G?

El ciclo de vida de desarrollo de productos tiene la seguridad como un componente fundamental y no negociable desde las primeras etapas. ZTE ha establecido un mecanismo de garantía de seguridad cibernética que abarca una amplia gama de áreas, entre las que se incluyen: desarrollo de productos, cadena de suministro y fabricación, servicios de ingeniería, gestión de incidentes de seguridad, verificación y auditorías de seguridad. ZTE incorpora personas, procesos y tecnología para construir su sistema de seguridad cibernética, que es totalmente transparente y abierto a la validación a través de certificaciones y terceros. ZTE ha planteado formalmente sus preocupaciones

en materia de seguridad desde 2005 con estrategias y políticas revisadas y actualizadas regularmente, adoptando las mejores prácticas de la industria.

La ciberseguridad es un desafío mundial en continua evolución, al que todos los actores deben contribuir para lograr y mantener una red 5G segura y fiable. ZTE continúa desarrollando solicitudes de patentes y contribuye al desarrollo de estándares globales relacionados con 5G. Además, perseguimos las mejores prácticas de la industria y estamos certificados en varias áreas, como la gestión de la seguridad de la información, la cadena de suministro, la gestión de la continuidad de los negocios, la protección de datos y la seguridad a nivel de producto. Contribuimos de forma consistente en evaluaciones y certificaciones como GSMA NESAS y Common Criteria. Además, estamos abiertos a invertir en planes de certificación específicos para cada país, en la medida en que existan.

«La 5G ya está aquí. Como tecnología ya probada, en 2021 veremos la ampliación de las áreas de cobertura y a las empresas planificar cómo acelerar sus modelos de negocio con el fin de seguir siendo competitivos en esta economía de rápida digitalización»

Hemos abierto laboratorios de ciberseguridad en Europa, en concreto en Bruselas y Roma, para proporcionar una gama más amplia de acceso a la verificación externa de los productos, servicios y procesos de ZTE. En estos laboratorios, los clientes y los reguladores pueden llevar a cabo evaluaciones de seguridad en profundidad, incluida la revisión del código fuente, la revisión del diseño de seguridad, la revisión de los documentos de procedimiento y demás pruebas en toda la línea de productos 5G de ZTE.

¿Cómo se puede acoplar la 5G al WiFi6 para generar nuevos negocios?

En la actualidad, la 5G y el WiFi6 se desarrollan en paralelo. Ambos tienen sus ventajas y sus desventajas. Las dos tecnologías pueden ser competitivas entre sí o pueden desarrollarse como una relación de cooperación. Por el momento, es más factible que trabajen juntas. Para los lugares a los que la 5G no puede llegar, el Wifi6 puede servir como tecnología de acceso complementaria para aquellos servicios que no requieren una alta movilidad o que están limitados a pequeña escala, como las oficinas remotas, los centros de convenciones, etc.

¿Qué canal se verá mayormente beneficiario (y cuál perjudicado) por la irrupción de la 5G (integradores WISP, desarrolladores de soluciones ISV, gestores de servicios MSP...)?

En la era 5G, podemos ver que la economía ha sido desafiada por la revolución de la

transformación digital. Es inevitable. Pero esta revolución también puede traer nuevas oportunidades y puede cambiar fundamentalmente la forma de hacer negocios. Por ejemplo, en la transmisión en vivo de RV/AR y vídeostreaming, los operadores pueden ofrecer una mejor experiencia de compra y precios más asequibles. Y a través del modelo 5G+AI, los integradores pueden transformar la entrega de un servicio por separado en una entrega de un servicio integral.

La nube aporta el uso flexible y segmentado de los recursos y para los desarrolladores ISV, lo que les permite continuar desarrollando los negocios y ampliar la escala de los mismos. Y para los fabricantes industriales, la enorme reducción de las velocidades de transferencia de datos y la hiperconectividad de la 5G pueden hacer que las instalaciones sean más inteligentes y automatizadas.

¿Qué oportunidades puede tener el canal para aumentar sus ventas cruzadas? Casos de uso.

La 5G no sólo trata de conexiones en el más estricto sentido técnico, sino también de cooperación entre la industria, los organismos reguladores y otras partes interesadas.

En el área del transporte, los coches sin conductor y los drones comienzan a ponerse en nuestro punto de mira. Los operadores de MaaS pueden proveer servicios desde la conectividad hasta la telemática de los vehículos a través de la baja latencia de la 5G y la comunicación de corte que proveen los operadores de telecomunicaciones.

En el ámbito de la salud, ZTE y China Mobile lanzaron la primera plataforma médica 5G MEC del país, que permitió a los profesionales de la salud acceder a aplicaciones de Big Data, o enviar y recibir archivos de alta resolución como radiografías. ZTE también cooperó con laboratorios patológicos en China para brindar servicios de diagnóstico remoto.

En el ámbito del comercio electrónico, ya hay un serio impacto en la industria minorista tradicional. Los retailers pueden proporcionar soluciones que están garantizadas por la tecnología 5G para que los usuarios finales paguen de una manera mucho más sencilla y segura.

Y en el ámbito de la educación, las clases y cursos en línea permiten que los niños puedan acceder a la enseñanza a distancia. En mayo de 2020, New Oriental, un grupo de tecnología educativa de China, se asoció con China Mobile Beijing y ZTE para impartir clases a distancia a los estudiantes de Guizhou, una provincia montañosa. Gracias a las conexiones de banda ancha y la baja latencia de la 5G, los profesores de Pekín pudieron impartir una clase de inglés interactiva a 4.000 estudiantes a la vez.

Planes de expansión en España

Este verano, ZTE se presentaba en sociedad en Gijón y A Coruña, donde abría nuevas oficinas, que se unen a su red compuesta por delegaciones en Valencia, Madrid y Bilbao. La apertura de esos nuevos centros obedece a una fuerte apuesta del grupo tecnológico por el mercado español (en el que fueron pioneros junto a Telefónica en la introducción de sus routers y primeros móviles GSM allá por 2007), así como el reconocimiento de los recursos locales como punta de lanza en su expansión en el Sur de Europa, como muestra la apertura de un centro de ciberseguridad en Italia.

En Asturias, concretamente en Gijón, ZTE ha anunciado la apertura del nuevo centro de competencia tecnológica para sus servicios de Helpdesk, Dispatching y Monitorización de redes de telecomunicaciones de sus actuales clientes, así como de las futuras tecnologías de 5G, con la incorporación inicial de 40 nuevos profesionales, quienes harán uso de las mejores prácticas en herramientas y procesos innovadores en este ámbito.

La plantilla inicial está principalmente conformada por antiguos trabajadores de Telecable, que han sido asumidos por el grupo chino, debido a su excelente experiencia profesional y profundo conocimiento técnico en el sector. La multinacional prevé que la plantilla inicial crezca pronto para atender de forma adecuada al mercado español, así como a distintos países de Europa.

Junto a Asturias, Galicia ha sido también elegida para instalar un centro de operaciones con expertos de nivel avanzado, reforzando la actividad que actualmente se desarrolla en Bilbao y Madrid. Este es el primer paso para el futuro crecimiento del centro en los ámbitos de las redes de última generación 5G que ZTE está desplegando a nivel mundial.

El Grupo Euskaltel ya ha confiado en ZTE el manejo y operación de sus redes en el País Vasco, Asturias y Galicia, además de las zonas en las que el grupo despliega su plan de expansión, tanto en lo que al despliegue de redes se refiere, como a la introducción de la tecnología 5G. También ha sido partícipe de varios proyectos pioneros, como la primera llamada voz y datos sobre una red 5G, realizada en Valencia en abril de 2019 con Orange, o un videochat "holográfico".

Sage Partner Kickoff Spain apuesta por la 'digitivación'

La multinacional británica reúne a más de mil profesionales en una nueva edición de su encuentro anual, esta vez totalmente online. Sage pide a su ecosistema de partners e ISVs que impulsen la 'digitivación', nuevo concepto que une la transformación digital a la motivación de las personas, para lograr la reactivación y el desarrollo económico del tejido empresarial

EL PROVEEDOR mundial de soluciones de contabilidad y gestión en la Nube ha celebrado su encuentro anual de Partners e ISVs. Este año, por la situación en la que nos encontramos, se ha llevado a cabo de forma virtual, lo que no ha impedido sino todo lo contrario que más de mil profesionales del sector se hayan dado cita en una edición que ha puesto su foco en seguir acompañando al Canal en su transformación hacia un modelo 100% SaaS; a través de la digitalización y con el fin de hacer crecer y evolucionar a las pymes.

Sage ha dejado claro que la recuperación del tejido empresarial y la reactivación económica pasa por la "digitivación", un concepto basado en el empleo de la digitalización y los entornos digitales para que la reactivación económica sea más rápida y ágil, y a la vez más humana, flexible y sostenible. Todo ello, a través de un ambicioso plan digital que debe afectar a todos los ámbitos de nuestro sistema socioeconómico, desde la capacitación de la fuerza laboral y de la ciudadanía en general, pasando por la reindustrialización, la innovación o la mejora de la Administración Pública hasta el tejido empresarial, compuesto sobre todo por pymes (99%).

En este sentido Luis Pardo, CEO de Sage España y Portugal, ha señalado en su intervención que "la estrategia para conseguir que nuestros socios y clientes tengan éxito de cara al próximo año fiscal es apostar por la 'digitivación' como escudo contra la crisis", afirma Pardo. "La digitivación será la gran palanca que nos permita relanzar nuestra economía, maximizar la eficiencia de nuestro sistema productivo y sostener el bienestar de las personas", concluye.

La compañía tecnológica, de la mano de José Luis Martín Zabala, vicepresidente Indirect Sales & Accountants y Carles Ransanz, vicepresidente NCA & Enterprise Market, fue detallando los pilares clave en los que se centrará para alcanzar una transformación SaaS completa: cambios en el modelo de negocio, mayor apuesta por los modelos de clusterización y desarrollo de plataformas de relación que sumen valor añadido al ecosistema de partners e ISVs. Actualmente, el modelo de negocio de Sage es 100% suscripción y cerca del 70% de sus clientes cuenta con soluciones conectadas o cloud nativas.

El objetivo principal de la compañía sigue siendo poner en el centro del negocio a sus clientes y partners; acompañándolos y ayudándoles a crecer a través de la digitivación. Para ello, el porfolio de Sage suma innovación con nuevas soluciones para empresas y despachos como Sage 50, Sage 200 y Sage Despachos Connected. Un porfolio, totalmente renovado, al servicio de un ecosistema colaborativo y diferencial con más de 1.200 socios; y un equipo de profesionales centrado totalmente en el Canal, base fundamental de la estrategia de transformación a un modelo 100% SaaS.

Todo ello, en un momento diferente pero único y lleno de oportunidades. Emilio Castellote, Digital Transformation & CyberSecurity Strategy Senior Consultant, marcó las estrategias para que los partners puedan migrar al mundo SaaS. Por supuesto, haciendo hincapié en la diferenciación, el foco en el cliente y la adaptación a los cambios venideros.

Y todo ello definido a través de cinco planes de acción: atracción de nuevos clientes; maduración y consolidación del clustering como vía de colaboración y lanzamiento de un nuevo marketplace; retención de la base instalada; aceleración de la adopción del modelo SaaS; y un nuevo programa de Canal diseñado para los propios partners con su colaboración.

Balance del FY20

En su año fiscal 2020 Sage ha conseguido migrar 2.000 clientes a la Nube y sus soluciones híbridas. Además, de la adquisición de más de 3.000 nuevos clientes. A nivel de partners, la compañía ha cerrado el año situándose en torno a los 1.200.

"Durante el próximo año fiscal, esperamos poder seguir haciendo crecer a nuestros clientes. Tenemos una estrategia clara, sólida y con muchas posibilidades, en la que los Partners ocupan una posición prioritaria siendo fundamentales para empujar la digitivación", señala Martín Zabala. "Confiamos en una progresiva transformación hacia el SaaS, ya que sabemos que este es el futuro. Para ello, nos apoyaremos en cuatro pilares que nos permitirán acompañar a los partners durante todo el proceso; manteniendo la digitalización como herramienta clave para lograr su crecimiento. Migrando a SaaS los partners conseguirán incrementar su negocio y rentabilidad entre un 25 y 35%, aún en un escenario adverso", concluye.

Sage define su plan de acción para FY21 como ambicioso, transparente y realista. Su fin es poder seguir empujando la transformación digital de los negocios y poner en el centro a las personas para lograr la evolución y el crecimiento de las pymes. Siempre contando con el papel indispensable de los partners e ISVs.

TP-Link presenta novedades en su gama profesional Omada

La consultora IDC lleva más de 32 trimestres consecutivos posicionando a la compañía como proveedor número uno en el mercado mundial de dispositivos de banda ancha y redes inalámbricas. La llegada del WiFi6 les pilla en el mejor momento, con un amplio catálogo que se amolda a todo el espectro doméstico y profesional. Asistimos al primer webminario destinado a mayoristas y distribuidores para contar las novedades de la familia Omada.

CON UNA trayectoria demostrada de estabilidad, rendimiento y valor para el usuario, TP-Link ha creado un portfolio de productos a lo largo de toda la red (puntos de acceso, enrutadores, gateways, switches, cámaras IP) tanto cableadas como inalámbricas que satisface las necesidades de conectividad en múltiples casos de uso. Desde julio, la gama empresarial se renueva con nuevos lanzamientos que vienen a completar la serie Omada que vive un continuo crecimiento.

Compuesto por equipos que pueden funcionar en modo stand-alone o bien incorporados a las consolas de gestión cloud inteligente, el portfolio Omada se expande con, entre otros, dos nuevos puntos de acceso EAPs de montaje en techo de doble banda gigabit y AX. Además, no solo admiten las bandas 2,4 y 5 GHz para obtener el máximo rendimiento, también cuentan con un puerto 2,5 GE (gigabit ethernet), que garantiza mayor velocidad de enlace ascendente de la red y reduce los cuellos de botella.

En noviembre comienzan las formaciones técnicas para certificar al canal en lo nuevo de Omada, pero pudimos asistir a un adelanto presentado por Ricardo Campos Areias, ingeniero técnico de soporte y Pre Sales SMB de TP-Link. “Lo nuevo de Omada supone una mejora no solo en la eficiencia sino también en la seguridad con opciones más avanzadas de protección. Además estos productos se adaptan a WiFi6 ofreciendo un mejor rendimiento para entornos de alta densidad donde haya que gestionar muchas conexiones y tráfico de datos como, por ejemplo, hoteles o campings”.

Se invita al canal a este salto a dispositivos Omada pues supone una nueva oportunidad para el segmento pyme ya que provee soluciones de negocio accesibles y fáciles de instalar con WiFi6 para larga distancia. Permite gestionar toda la electrónica de red de manera más segura desde el corazón al extremo de las cámaras de vigilancia en tiendas, almacenes o comunidades de vecinos, de manera unificada desde un solo punto de despliegue. El portfolio de TP-Link cuenta con más de 60 modelos y muchas funcionalidades que poco a poco van a ir incorporando nuevos puntos de acceso de techo, de pared y de exterior, routers, switches y gateways que ya empiezan a llegar y otros que lo harán a finales de año.

La familia Omada se renueva:

- AP de techo: “han aumentado las prestaciones, de tal manera que muchos clientes ya que voy a hacer la instalación pues me meto con WiFi6 porque ya va habiendo equipos, ordenadores y teléfonos compatibles y más que van a llegar”.
- AP de pared: “también se ha ampliado el portfolio, ya están producidos y en almacén en España, algunos llegan a fin de mes y otros a fin de año”.
- Gateways: “disponibles desde el Q3, son los más importantes, pues permiten la integración de todos los puntos de acceso y routers de la red, hacen de balanceadores de carga con nuevos chipsets, y son 100% funcionales, no hay que pagar nada para obtener características extra”.
- Switches: “con puertos de 1 Gigabit Ethernet, se han renombrado con una nomenclatura más clara y cómoda que recupera la primigenia y ampliamos con nuevos modelos con puertos 2,5 GE o 10 GE y PoE+ que llegan a fin de año”.

Además del WiFi6 de serie en toda la gama de productos, la controladora se ofrece en tres sabores dando la opción al partner o al cliente final de escoger la que más le convenga para gestionar, configurar y tener visibilidad de todo lo que pasa en su red. Por un lado puede seguir con el software tradicional PC200 que se instala en el hardware y con el que puede desplegarse servidores de intranet o nubes privadas. Puede optar a la versión que llaman ‘cloud’ más que nada porque es gratuito y se accede por navegador, para conectar la intranet saltando a la operadora que no suele dejar tocar el router sin tener que abrir puertos ni IP estáticas. O puede escalar al recién estrenado Omada SDN mucho más avanzado puesto que es software-defined y posee funcionalidades específicas para la gestión de servicios y que permite utilizarlo en forma de pago por uso con cuotas que parten en EEUU desde los 9,99 dólares.

Ricardo Campos Areias, Pre Sales SMB de TP-Link.

"Nuestra política es mantener la compatibilidad de los productos anteriores, así, las antenas previas funcionan con la controladora Omada Cloud Hybrid, aunque no es necesario instalarlo para que sigan funcionando, pero viene muy bien para el control remoto o llevar varios clientes desde una app o navegador" señala Campos. "A partir de ahora es 100% cloud, definido por software, va a tener un precio anual aún por definir, para que los MSP tengan acceso al controlador. Tiene tres características extra: Aprovisionamiento 'zero touch' que permite instalar y no tener que volver a casa del cliente. Selección dinámica de potencias y canales desde el panel de control para evitar interferencias con barridos, sin tener que estar toqueteando el equipo físicamente. Y análisis de red inteligente, con alarmas y avisos dinámicos para optimizar el tráfico y evitar cuellos de botella antes de que se produzcan. No es obligatorio tenerlo, es a elegir, y sin permanencia y puedes cambiar en cero coma. Tenemos ya hasta 200-232, y a final del año estará la opción de 300 a 500 dispositivos. Se puede hacer la gestión desde una app en el móvil y así no tener que depender de un ordenador sí o sí".

Lo dicho, antes daba de sí para 99 usuarios simultáneos y ahora con WiFi6 es posible mayor densidad, una instalación en hoteles y eventos puede dar servicio a más de 200 asistentes a la vez. Incluye funciones estándar como portal cautivo que pueden personalizarse, añadir red de invitados, etc. WiFi6 está pensado para funcionar en alta densidad, a poco que tengas una red en una oficina u hotel se te pone enseguida con un tráfico de 1,5-2 GB de información. "El interfaz ha cambiado su look and feel, ahora es muy visual, se puede ver la velocidad, la topología de un vistazo, sirve también para prepararse para posibles cambios o problemas sin tener que ir al equipo a ver si las lucecitas de Navidad están parpadeando. Se separa los datos de gestión de los datos de los usuarios, solo se muestran datos de tráfico, no privados ni de contenidos, para cumplir con el RGPD", añade el ingeniero preventa de TP-Link.

Otra interesante herramienta presentada en el webminar de gran ayuda para al mayorista y clientes finales es Network Deployment Advisor, un asistente para determinar la mejor topología de la red a base de un breve cuestionario que se rellena en 5-10 minutos. "Lo hacemos de manera gratuita, necesitamos solo un plano a escala en PDF o JPG con las cotas X-Y del campus, colegio, camping, centro comercial y los usos que se van a dar (salón de actos, cafetería...) y hacemos en dos o tres días la propuesta con un mapa de calor y el equipamiento necesario", concluye Campos.

Un buen año para las antenas

Lo nuevo de Omada viene a reforzar la estrategia de TP-Link de cara al área profesional, sobre todo, para los entornos de alta densidad y mayor demanda de ancho de banda. Y es que la gama Omada vive un momento dulce desde su introducción en el mercado en 2016. En lo que va de año, lleva unas 16.800 unidades vendidas, un 100% más que el año pasado. Y es que durante el confinamiento que vivió España a causa de la covid-19 las necesidades de conexión a Internet se dispararon, viviendo TP-Link, como muchos otros fabricantes, un repunte de sus ventas hasta el punto de tener algunos problemas de stock. Lo contaba Álvaro Ausín, director de Canal de la compañía: "Las cifras de ventas se dispararon. Nuestras previsiones para este año estaban en un crecimiento del 10%. Sin embargo, la covid-19 hizo que aumentará la demanda hasta un 45% en soluciones domésticas debido la mayor concurrencia de familiares conectados a la vez. Así, de vender entre 1.000 y 1.500 soluciones LTE, pasamos a vender 15.000 unidades lo que nos llevó a tener falta de stock en algún punto concreto. Sin embargo, el objetivo para lo que resta de 2020 no es tan ambicioso como lo vivido: creemos que la situación se ralentizará a finales de año, pero es tan cambiante que es difícil hacer pronósticos".

Y es que ahora, en la medida que el estilo de vida conectado evoluciona, TP-Link está ampliando sus miras con el objetivo de superar las necesidades futuras de los usuarios y desarrolla toda una línea de dispositivos para el Hogar Conectado, entre los que se incluyen bombillas y enchufes inteligentes, compatibles con las grandes marcas del mundo Smarthome y fáciles de programar y utilizar a través de la aplicación Kasa o mediante la voz a través de Google Assistant o Amazon Alexa. En esta misma línea, en el año 2015, TP-Link se adentraba en el mercado de telefonía móvil bajo su propia marca de Neffos.

Álvaro Ausín, director de Canal de TP-Link.

Intensidad tecnológica para resistir a la crisis

La formación en diversas tecnologías cloud de los profesionales del ecosistema de partners de Microsoft en España casi se ha duplicado en el último ejercicio (julio 2019 – junio 2020), con un total de 26.958 certificaciones nuevas, y foco en la economía del dato y reskilling. El catálogo de productos y servicios desarrollados sobre la tecnología de Microsoft consta de casi 7.400 soluciones, lo que ha supuesto un incremento de casi el 50% respecto a las existentes el año pasado. Y el número de partners de canal tampoco ha parado de crecer hasta alcanzar los más de 10.300 actuales, reflejando un incremento de casi un 15% en solo un año. Todas estas cifras ponen de manifiesto la fortaleza y el compromiso de la compañía de Redmond con el impulso del tejido empresarial local.

CADA DÍA conocemos algún detalle negativo sobre el impacto global de la covid-19 y cómo esta crisis sanitaria está afectando todas las facetas de nuestras vidas. Sin embargo, a pesar de que exista un elevado grado de incertidumbre en todo el mundo, también hay mucha esperanza basada en la tecnología, con ejemplos increíbles de colaboración e innovación en tiempos de excepcional dificultad. Este sería el mensaje que los integrantes del equipo de canal de Microsoft Ibérica, capitaneado por Carolina Castillo, quieren transmitir en su anual reunión con los medios. Claro que este año no ha podido ser "a mesa puesta" y nos hemos contentado con un ameno aperitivo virtual cada uno en su casa, eso sí, a través de Teams.

"Hoy, más que nunca, vemos cómo el trabajo conjunto con nuestros partners está dando respuesta a situaciones en las que nuestra tecnología es clave para ayudar en la transformación de los negocios de nuestros clientes. A esto lo llamamos 'tech intensity' (intensidad tecnológica), y todas las organizaciones de cada industria necesitarán adoptarla para recuperarse lo más rápido y salir más fuertes de esta crisis. Los últimos siete meses han dejado claro que la intensidad tecnológica es clave para la resiliencia empresarial", aseveraba Carolina Castillo.

Y muestra de ello es la molla que saca el brazo ejecutor de Microsoft, o sea el canal, con su músculo de la resilencia bien prieto: "Se ha avanzado más en dos meses que en dos años, con una aceleración tremenda gracias a la innovación y la adopción tecnológica del cloud. En este viaje inédito debido al coronavirus hemos visto expuesta toda la economía a tener que ejercitar el músculo de la resilencia, y nuestro canal ha demostrado esta capacidad en distintas facetas: capacidad de respuesta rápida ante las necesidades del cliente y la sociedad; capacidad de recuperar la continuidad del negocio y dando empoderamiento a los empleados, especialmente en entornos educativos, sanitarios y gubernamentales; y capacidad de reimaginar tu negocio, tu producto, cómo llegas a tu cliente", explicaba Castillo.

En su repaso de los hitos del último ejercicio de la compañía en España, la directora de Empresas y Canal quiso destacar cómo en los últimos meses el ecosistema de partners de Microsoft ha impulsado muchas iniciativas que han puesto la tecnología al servicio del sistema sanitario, así como de empresas en dificultad. "Desde Microsoft estamos ayudando al canal a aprovechar las oportunidades que ofrece la tecnología para dar respuesta y lograr esa recuperación, ponemos solo dos ejemplos: Primero, la plataforma 'Todos desde Casa', que de la mano de nuestros partners ha puesto en casa del cliente plataformas como Teams para facilitar la colaboración y el teletrabajo. Hoy 115 millones de usuarios se conectan a diario a Teams, con un impresionante crecimiento de más de 40 millones de usuarios durante esta pandemia, lo que nos parece muy ilusionante. Segundo, ayudar a poner un eCommerce para que puedan seguir vendiendo. Mascarillas Béjar cambió su actividad textil para hacer mascarillas cuando más falta hacían, pero la Guardia Civil detecto una brecha de seguridad y junto con dos partners locales se logró unificar el CRM y la tienda online. O VayaVaca.com, que ha habilitado un marketplace de venta de ganado, quién nos lo iba a decir, esa es la parte bonita de la reimaginación", relataba Castillo.

Durante estos últimos meses, se ha puesto más que nunca de manifiesto el valor de la tecnología y de los datos, donde la IA ha supuesto la llave para extraer inteligencia y valor de negocio y ayudar a que las compañías sean más competitivas. Para reforzar el respaldo a empresas y partners en España, Microsoft anunció el pasado febrero gracias a un acuerdo estratégico con Telefónica la apertura de una región de Centros de Datos para ofrecer todos los servicios de nube desde España, mejorando parámetros de latencia y de cumplimiento normativo. "El compromiso se mantiene con una batería larga de iniciativas de colaboración, pensando siempre en hacer crecer la tarta. Más allá de aprovechar su infraestructura para la apertura del centro de datos regional, también acordamos un plan de trabajo para sacar aplicaciones conjuntas para habilitar la transformación digital de más empresas en España", señalaba Castillo. Pero el paquete Movistar Fusión también incluye la opción de suscripción de la suite 365 con opción de comprar un Surface en condiciones especiales, y esto ha levantado alguna ampolla entre los resellers. "No debería despertar recelos, el canal sabe que tiene todo nuestro apoyo y que lo hacemos para abrir mercado con nuevas opor-

Carolina Castillo, directora de Empresas y Partners de Microsoft en España.

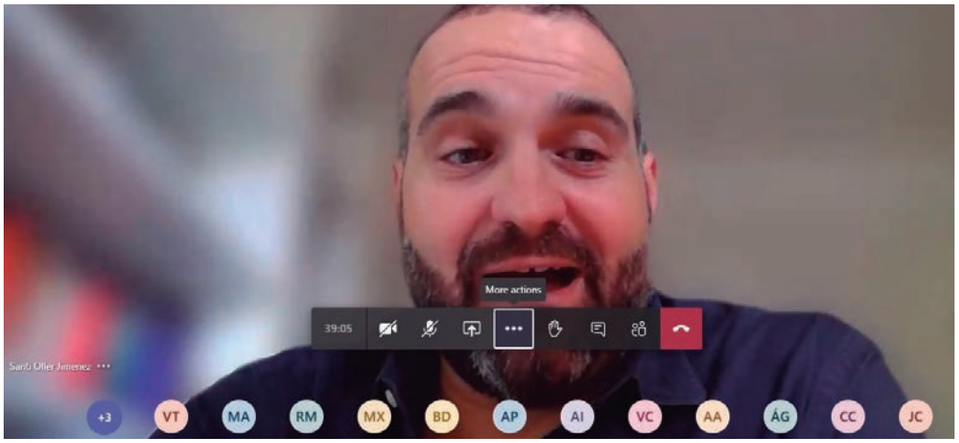
tunidades de digitalización que están creciendo a ritmos exponenciales. En realidad, se trata de abrir el mercado a clientes que no llegábamos de manera natural, hay negocio para todos".

En cualquier caso, esta inversión de cientos de millones de euros es un claro compromiso de empoderar a todo el ecosistema de partners de Microsoft a evolucionar en un entorno de constantes cambios tecnológicos, aunque aún no hay fecha para su inauguración. "Hay más evidencias serias de nuestra apuestas para transformar y acelerar los procesos de digitalización de las empresas en este último año. En julio, anunciamos la disponibilidad de cientos de cursos gratuitos de capacitación, del que se han beneficiado ya 25 millones de personas en todo el mundo. Solo en España, a través de LinkedIn, se han apuntado 193.000.

El contexto económico actual evidencia la necesidad de la formación y la mejora de conocimientos en las TIC para poder aplicarlos a la mejora del negocio y adaptarse al cambio. La digitalización parcial o total de las pymes será de vital importancia durante los próximos años para una pronta recuperación y Microsoft quiere estar presente en este proceso apoyando a sus partners para la vertebración de la remontada: "Hay una gran oportunidad para captar parte de ese pastel, pero se necesita una buena propuesta. No va a ser fácil, pero con todos los CIOs con los que hablamos su principal preocupación está en incorporar tecnologías de seguridad, en la habilitación de sus empleados a través de formación para afrontar el teletrabajo, y en el análisis del dato para transformar el negocio. Y todo eso necesita el canal para ser ejecutado, lo que nos da mucha esperanza y confianza. Si a ello sumamos la acción del Gobierno para que logre que lleguen esas ayudas adicionales comunitarias a las empresas para acometer esa transformación, las perspectivas mejoran", enumeraba Castillo como los puntos a tener en cuenta.

Oportunidades de remontada

Según Microsoft, las oportunidades para el canal se mueven bajo tres premisas: conocer el negocio de su cliente, la simplicidad de la propuesta y aplicar intensidad tecnológica sí o sí. Pero falta aterrizarlo en oportunidades concretas. Para Santiago Oller Jiménez, director de Desarrollo de Partners, son cinco los principales temas donde hacer foco: "Primero, hay que dar continuidad de negocio, a veces simplemente basta con una tienda online por el confinamiento, las citas previas por el tema de aforos, o el asesoramiento al cliente distinto del presencial por motivos sanitarios. Segundo, el trabajo en



Santiago Oller, director de Desarrollo de Partners de Microsoft Iberia.

remoto seguirá siendo importante, pero Teams por sí solo no vale, hay que acompañar a los empleados y darles formación específica para sacarle todo el partido. Tercero, todo esto no tiene sentido sin elementos de seguridad asociados. Los ataques externos son cada vez más frecuentes y agresivos en las pymes. Hay que tener en cuenta también los equipos personales que tenemos en casa y que cumplan con las premisas de seguridad de la empresa. Cuarto, migración a la nube y uso intensivo del dato que habilite a la empresa a agilizar y flexibilizar los procesos en está adaptación a la nueva normalidad lo más rápidamente posible, todo ello apoyado en el conocimiento del mercado y la cercanía al cliente que tienen los partners, es fundamental. Quinto, aplicar principios de sostenibilidad tanto en el negocio como en la economía en general".

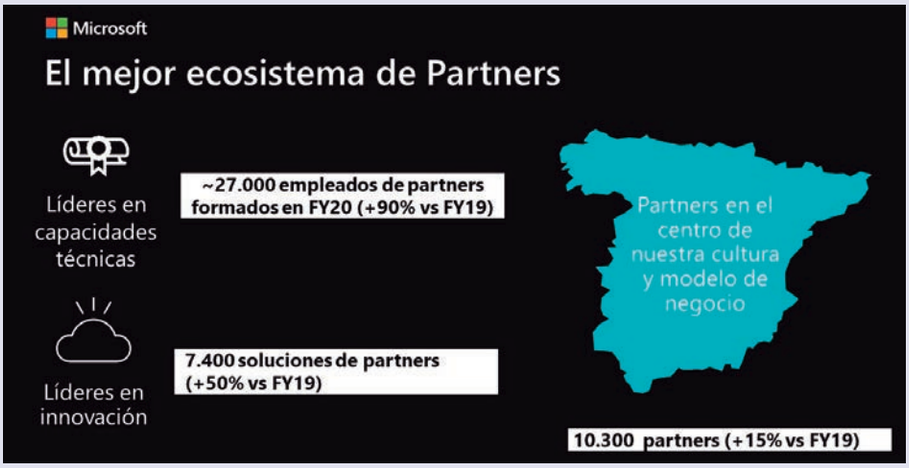
Oller también citaba datos de un estudio interno que muestra que a pesar de la pandemia, o a resultado de ella, el viento va a soplar de cola para las TIC. "El crecimiento de la inversión tecnológica mundial se duplicará en los próximos diez años, lo que supondrá pasar del 5% del producto interior bruto al 10% del PIB en 2030. En España esta previsión también es factible, gracias a las ayudas que la Unión Europea ha anunciado orientadas a la transformación digital y la innovación, 140.000 millones de euros. Hay diez iniciativas por debajo, entre ellas la digitalización de las pymes como eje de trabajo fundamental, que estamos seguros abrirán muchas oportunidades al canal".

Además, de cara al Plan España Digital 2025 y la Agenda 2030 para los ODS se marcan una líneas estratégicas más amplias. "Ya nos hemos reunido varias veces con el Gobierno para alinear estrategias. Eso traerá beneficios al canal. En Microsoft Ibérica somos una organización relativamente pequeña, y si hemos hecho buenos números es por nuestros partners, que han sabido dar respuestas rápidas a la sociedad a través de la innovación, la capacitación y la transformación de las pymes. La ejecución de todo eso pasa por el canal, el 95% de las ventas de las soluciones de Microsoft son a través del canal", declaraba el director de Desarrollo de Partners de Microsoft Ibérica. "Hay que estar preparado para esa propuesta, sea por piezas o paquetizada, las empresas van a querer tener esa propuesta encima de su mesa. El Plan 2025 es una oportunidad de captar parte de esos fondos. Nuestro mensaje es de esperanza en medio de tanta incertidumbre".

Por otra parte, la demanda de talento también experimentará cifras exponenciales: 2 millones de empleos en los próximos cinco años se prevé que tengan que ver con la tecnología. "Los perfiles se tienen que reinventar, se va a necesitar invertir mucho más en formación. Microsoft pone al alcance temarios gratuitos en las plataformas de Learn y LinkedIn, o si no nuestros partners también ayudan a incorporar más talento el mercado", contaba Oller.

Son las que se encuentran mejor preparadas para adaptarse a situaciones de crisis como la que nos plantea la covid-19 y avanzar. "Desde Microsoft consideramos que nuestro ecosistema de partners es el más potente y cualificado de la industria. Está volcando en su diferenciación a través de la especialización, ofrece propuestas de valor a los clientes y está orientado al desarrollo de proyectos relevantes debido a su ADN centrado en el dato y en la nube", concluía la directora de Partners de Microsoft en España. "El futuro será muy híbrido, hay que habilitar culturas de empresa y herramientas mixtas. Hay perfiles que seguirán en remoto ya sea por motivos sanitarios, de conciliación familiar o simplemente flexibilidad laboral, y perfiles que requieren estar 100% presencial pero habilitando nuevas herramientas que sean seguras".

El canal de Microsoft en España en datos



A pesar de los signos claros de recesión ocasionados por el confinamiento obligado y el parón económico, no ha sido un mal ejercicio para Microsoft. Con datos de Context, el canal ha crecido un 22% en facturación, mientras que los ingresos de la compañía a nivel mundial han crecido un 30%.

La compañía ha intensificado su apuesta por la capacitación de su canal en España con múltiples actividades de formación presencial y online, así como a través de cursos de certificación profesional en sus tecnologías más avanzadas. El pasado año se prepararon en España, en distintas tecnologías cloud, a 26.958 profesionales del ecosistema de partners, a través de acciones formativas diseñadas a medida para el canal, lo que refleja un incremento del 90% respecto 2019.

Prueba del foco del ecosistema de partners en el desarrollo de ofertas cloud innovadoras es el crecimiento del catálogo de productos y servicios desarrollados a partir de tecnología de Microsoft, que consta en la actualidad de cerca de 7.400 soluciones -casi un 50% más que las existentes hace un año- en áreas como Inteligencia Artificial, IoT, Big Data o Seguridad.

Por otro lado, el interés creciente en el mercado por la oferta cloud de Microsoft, y el esfuerzo de la compañía por capacitar a su canal en estas tecnologías, se corresponde con un buen aumento en el número de partners españoles registrados, que han pasado de 9.200 a 10.300 en los últimos doce meses, un 15%.

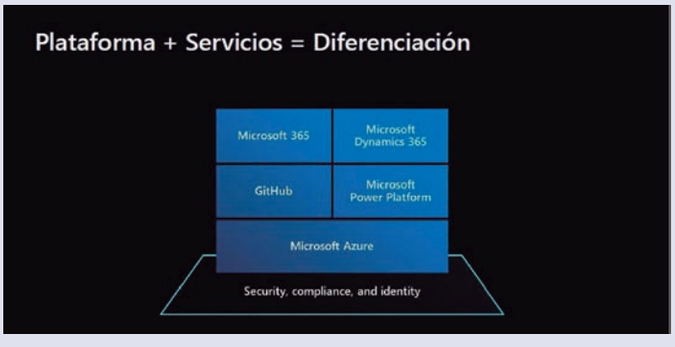
El full-stack de Microsoft

Los de Redmond ha ido simplificando su framework a las piezas imprescindibles. Actualmente está compuesto por apenas seis bloques, divididos en lo que pueden ser las herramientas de desarrollo y las de productividad, todo ello amparado por el paraguas de la nube y protegido transversalmente por un sistema de seguridad.

"En nuestro framework, lo primero que sale es la Seguridad, que junto al compliance y la gestión de identidades son básicos de todo nuestro stack. Por encima está Azure, ya somos por mucho la red de datacenters de nube pública más extensa, en la que todos los días introducimos nuevas funcionalidades para la gestión del dato multi-cloud", explicaba Enrique Ruiz Pérez, director de Tecnología de Partners de Microsoft Ibérica. "En el siguiente escalón están GitHub, la plataforma de desarrollo más utilizada en devops con 50 millones de desarrolladores y un 30% de crecimiento desde la pandemia, y Microsoft Power Platform, con 3 millones de usuarios o lo que es igual, 70.000 empresas, para crear por ejemplo cuadros de mando sin código".

Ha sido notorio el giro copernicano de esta compañía adalid de las ventas de licencias y paquetes de software en los tiempos de Steve Ballmer, a la visión abierta y distribuida desde la nube del actual CEO Satya Nadella con la principal opción del software como servicio y el pago por uso, vigente desde 2014. El acierto de esta estrategia ha llevado a la compañía a crecer en el último ejercicio las suscripciones y el pago por uso en la nube se han disparado un 31% acercándose al 50% de su facturación total.

"Finalmente, están nuestras herramientas de productividad Microsoft 365, actualmente disponible en 1.000 millones de dispositivos incluyendo novedades actualizadas automáticamente; incluso Windows ha crecido un 65% durante la pandemia por el aumento de venta de ordenadores, y Teams lleva un crecimiento imparable, estamos preparando una arquitectura modular para que sea la plataforma donde construir nuevas funcionalidades y casos de uso para Industria. La otra pieza fundamental es Microsoft Dynamics 365 BI, que integra este stack al negocio y es la segunda área de crecimiento en Microsoft, primero es Azure con un 48% y después Dynamics con un 36%", continuaba Ruiz. "Es el único framework que permite abarcar tanto la parte de inteligencia de la nube como el edge. Esta plataforma y el ecosistema de partners nos pone en la mejor de las situaciones para ayudar a nuestros clientes a transformarse en cualquier situación".



Primera edición digital del Liferay Symposium 2020

Que fuera online su evento anual para usuarios y partners le ha venido incluso mejor a Liferay, un referente para abordar los nuevos desafíos de la era digital. El simposio obtuvo un extraordinario seguimiento, superando todas las expectativas y registrando más de un millar de acreditaciones profesionales, cuando el año pasado se apuntaron la mitad. Ahorrarse el trayecto y poder asistir a varias sesiones a golpe de clic ha animado a la comunidad "del rayo de vida".

BRYAN CHEUNG, cofundador y CEO de la compañía, con hora de Los Ángeles, fue el encargado de realizar la ponencia inaugural resaltando los principales retos y tendencias digitales en el contexto actual y cómo las soluciones tecnológicas adecuadas son el motor para competir, innovar y adaptarse a un mercado cada vez más digital. "Liferay Symposium 2020 es el escenario de presentación de la nueva versión de nuestra exitosa plataforma para crear experiencias digitales, DXP 7.3", dijo.

Liferay, como Red Hat, Suse y otra infinidad de empresas, basa su estrategia en el desarrollo de software Open Source para la creación de soportes y servicios para la Web, los móviles y demás dispositivos conectados. Y predicando con el ejemplo por motivo de las circunstancias, este año se pasó a un evento 100% digital en su XI edición del Liferay Symposium 2020. Bajo el lema "Soluciones reales para tus desafíos digitales" y proyectado como una experiencia en stremaing, la presente edición acercó a la audiencia los retos que las empresas actuales deben afrontar en su transformación digital y cómo la tecnología puede ayudar a resolverlos.

El evento superó finalmente todas las expectativas a nivel de seguimiento, con más de un millar de profesionales registrados de empresas de primer nivel y de todos los sectores: Administraciones Públicas, Banca y Seguros, Telecomunicaciones, Industria o Retail... Una audiencia integrada por un amplísimo perfil de asistentes entre los que destacan CIOs y responsables tecnológicos, gerentes, responsables de unidades de negocio y/o estrategias de Recursos Humanos, CMOs o responsables de marketing digital, entre muchos otros como programadores y estudiantes. Particularmente, destacó el perfil de responsables de Marketing y de Comercio Electrónico, de los que más se han incrementado respecto a ediciones anteriores.

"Valoramos muy positivamente la acogida y seguimiento que está obteniendo la edición 2020 de nuestro tradicional Symposium, esta vez sin problemas de aparcamiento y cada uno en su casa. El nuevo formato 100% virtual nos ha permitido acercarnos a una audiencia cada vez más amplia para mostrarles cuáles son desde nuestra visión las necesidades de las organizaciones y las soluciones digitales que verdaderamente responden al contexto actual de competitividad", destacaba Carolina Moreno, vicepresidenta de Ventas de Liferay EMEA y directora general para el Sur de Europa. "Debemos transformarnos digitalmente y adaptarnos a las circunstancias, nosotros también.

Carolina Moreno, VP de Ventas de Liferay EMEA y directora general para el Sur de Europa.

«Todos nos estamos reconvirtiendo digitalmente a través de los productos y servicios como los que ofrecemos, no queda más remedio que dar el salto a la nube. Hablamos de soluciones para poder seguir adelante»

Así que en vez de en el Teatro Goya hemos hecho la wellcome desde nuestras oficinas, que parecen un estudio de televisión con tres platós para cada track con 40 sesiones diferentes y más de doce horas de streaming en directo. Y sin embargo hemos tenido 1.200 inscritos (950 conectados) frente a los 500 de 2019, lo que ha supuesto multiplicar por dos o por tres lo de otros años ¡Qué dos días más intensos!".

Así, a través de una amplia agenda estructurada en torno a sesiones técnicas y de negocio, formatos abiertos de entrevistas o talleres digitales, Liferay acercó a la audiencia los principales desafíos digitales actuales, entre los que destacan: impulsar la productividad de los empleados, aumentar los ingresos B2B online, disminuir los costes de servicio al cliente o unificar sistemas dispares con unas capacidades de integración sólidas.

"2020 ha supuesto un parón económico y un cese de actividad sin precedentes, con una transformación de los comportamientos sociales que ha impactado a todos y que tampoco podemos prever cómo van a seguir. El FMI todavía da una caída del 4% del PIB para el año que viene, y menos mal que China se está recuperando", explicaba Moreno. "Todos nos estamos reconvirtiendo digitalmente a través de los productos y servicios como los que ofrecemos, no

queda más remedio que dar el salto: como a pesar de tener empleados en casa, poder teletrabajar en remoto y seguir funcionando como ha sido en banca o administración pública; o de tener la tienda cerrada, seguir vendiendo a clientes y proveedores vía online; o de permitir que tu cliente final acceda a tus servicios y productos de siempre pese a todo. Hablamos de soluciones para poder seguir adelante".

Por eso, para inspirar al público en estos desafíos, en esta edición del Symposium 2020 han tenido un peso especial los casos de éxito reales, contados por sus propios protagonistas, desde una perspectiva multisectorial que permita conocer las particularidades concretas de sectores de referencia, como en Administraciones Públicas, Seguros, Educación o Manufacturing, entre otros. Organizaciones como: AXA, Fagor Industrial, Universidad Pompeu Fabra, Gobierno de Navarra o Ayuntamiento de Avilés han mostrado cómo es posible abordar los desafíos mencionados alineando las estrategias digitales al contexto actual.

Asimismo, el Symposium ha vuelto a convertirse en el escenario elegido para presentar las novedades de producto de la compañía, en este caso de la nueva versión de la plataforma Liferay DXP, la 7.3, anunciada hace pocas semanas. El último realese incorpora importantes novedades y prestaciones para todos los ámbitos, respondiendo a la necesidad que tienen las organizaciones actuales de digitalizar sus operaciones en todos los frentes, así como crear con celeridad experiencias digitales atractivas. Entre las novedades más reseñables se encuentran las capacidades que permiten escalar la creación y administración de contenido, así como nuevas y potentes funcionalidades de marketing digital para acercar las experiencias más reales a proveedores y socios (B2B), clientes y consumidores (B2C), y empleados y colaboradores (B2E).

"Liferay ha hecho foco en productos como la plataforma DXP orientados al entorno de nube, allí donde se han movido las empresas para ahorrar costes de infraestructuras y poder operar en remoto. Y también hacia el comercio online y los marketplaces. Uno de los participantes de este año, Fagor, con miles y miles de modelos y piezas, cuenta cómo le facilita la gestión del inventario y a mejorar la experiencia del cliente. Y sobre todo, a evitar eso del "mejor pásate por la tienda" como solución", continuaba la directora general española. "Poner foco en el empleado en un contexto como el actual, del trabajo remoto, nos parece fundamental".

Liferay Symposium 2020 ha contado con el apoyo fiel de partners tecnológicos y clientes. Han sido once los patrocinadores y más de una decena las organizaciones que han mostrando sus proyectos e inspirado a la audiencia con su opinión, experiencia real o recomendaciones. "Este simposio seguirá siendo un año más una referencia estimulante a nivel de evolución digital y competitividad. Queremos trasladar un mensaje de apoyo y confianza al tejido empresarial, mostrando cómo, de la mano de las soluciones tecnológicas adecuadas, es posible innovar, competir y sentir menos el impacto de cualquier cambio brusco o incidencia grave en el negocio", proseguía Moreno.

A pesar de 2020, un año muy movido para el canal

El compromiso de los socios de canal y la fluida relación con la compañía han permitido que la actividad haya sido muy dinámica durante el año, manteniendo el volumen e incrementando el foco en el nuevo negocio. El número de partners en España ha aumentado un 15% en los últimos meses, y el Programa de Canal anunciaba una nueva categoría de partnership, "Partner Platinum Multinacional", que han obtenido cinco compañías tres de las cuales cuentan con un importante peso en España y presentes en este evento: Everis, Ricoh y Vass.

«Para nosotros es indispensable contar con partners tecnológicos que garanticen que la implementación de proyectos y el acompañamiento de nuestros clientes en su evolución digital se realiza con las máximas garantías»

En el contexto de la celebración del Symposium 2020, Liferay vuelve a hacer balance de la actividad de sus socios y de su canal. Concretamente, la compañía de Diamond Bar destacó el trabajo de sus partners. Con un modelo mayoritario en remoto y una comunicación fluida y constante, incluso se ha favorecido la productividad, tanto desde el punto de vista de negocio como en el de otros aspectos a nivel de capacitación, desarrollo de nuevas oportunidades, y captación de clientes.

Por otra parte, 2020 también ha sido testigo del aumento de la red de partners de Liferay en España. Con el fin de seguir dando respuesta a las necesidades del creciente número de organizaciones de todos los sectores que trabajan con Liferay, e incidir en conseguir esa capilaridad y especialización en nuestro país, la compañía ha realizado varias incorporaciones en los últimos meses –Atlantis Technology, Babel, Davinci y Grupo SADE–, que se sitúa ya más cerca de los 40 partners.

"Estamos muy satisfechos con el trabajo de nuestra red de partners en España durante el último año. A pesar del atípico contexto en el que nos hemos encontrado, la profesionalidad de nuestros socios y su capacitación han permitido afianzar el volumen de negocio y poner el foco sobre nuevas oportunidades, detectando las necesidades de las organizaciones para darles respuesta con nuestra tecnología", subrayaba la vicepresidenta de Ventas EMEA. "Para noso-

Jorge Ferrer, VP de Ingeniería de Liferay Inc.

tros es indispensable contar con partners tecnológicos que garanticen que la implementación de proyectos y el acompañamiento de nuestros clientes en su evolución digital se realiza con las máximas garantías. Tenemos una base de partners en España muy importante, de 60 socios en EMEA, más de la mitad están en España, con cinco nuevas incorporaciones este año. Es una estructura muy capilar y comprometida, que participan mucho en nuestros eventos".

Se trata de un canal heterogéneo formado por perfiles muy diferentes de partners –regionales, especializados, grandes consultoras, etc.– pero que comparten un elevado nivel de capacitación como seña de identidad. "Nuestro canal crece año a año en número de socios para dar respuesta a las necesidades del mercado", explicaba Moreno. "Pero siempre sobre la base de un conjunto de partners muy afianzado, comprometido y que tienen en común su excelencia a nivel de servicios. Algo para lo que trabajamos de forma conjunta y totalmente coordinada". Y añade Moreno: "Sobre los perfiles de nuevos partners, tenemos capilaridad pero seguimos buscando alguno que cubra geográficamente Canarias, Baleares y el Norte de España y que traigan expertise, que cuenten con experiencia en comercio online y sean capaces de conectar con lo físico y logístico. También partners híbridos que tengan experiencia en trabajar en cloud pública hiperescalar (AWS, Azure, Google) aquí en España y fuera. Y partners locales que puedan trabajar fuera de España para el programa internacional, en países de centro y norte de Europa. Hay talento en España, pero cuesta romper fronteras y así se pierden oportunidades".

Liferay posee actualmente cerca de de 300 socios a nivel global y un Programa de Canal que se distribuye en cuatro categorías (Multinational Partners, Platinum, Gold y Silver). "Hemos cerrado un año dinámico y positivo para el canal español en su conjunto, donde la facturación ha estado muy repartida y donde podemos subrayar las nuevas oportunidades de negocio que han surgido, especialmente en el ámbito de las Administraciones Públicas", concluía Moreno. Liferay Symposium 2020 contó con el apoyo de once de sus partners: Everis, Izertis, Mimacom, Ricoh, Vass y Zylk con nivel Platinum, Ibermática, SopraSteria, Opentrends y Minsait con nivel Gold, y Cívica como patrocinador virtual.

Nuevas capacidades para potenciar la digitalización

El Symposium 2020 sirvió para mostrar cómo la nueva versión de la plataforma responde a las necesidades de las organizaciones actuales de digitalizar las operaciones y crear experiencias atractivas para todos sus públicos. DXP 7.3 ofrece la capacidad de administrar múltiples soluciones desde una única plataforma, con nuevas prestaciones para crear y administrar contenidos, así como un mayor empoderamiento para los usuarios de negocio, especialmente de marketing. "Hemos sacado dos nuevas versiones de nuestros productos estrella y este Symposium es el primer evento donde las contamos. Hemos estado y seguimos estando trabajando en un contexto muy diferente, desde casa, y han salido al final más funcionalidades y mejoras de las previstas inicialmente, lo que demuestra que se puede ser incluso más productivo", manifestaba Jorge Ferrer, vicepresidente de Ingeniería de Liferay Inc. "En esta ocasión, ambos productos Liferay DXP 7.3 y Liferay Commerce 3.0 tienen una característica diferenciadora: están muy bien integradas y se distribuyen en un pack conjunto. Si el coste de integración ya era bajo, ahora es cero. El foco sigue estando en proporcionar intranets modernas, portales de autoservicio, comercios B2B o plataformas de integración".

Desarrollada para responder a diferentes retos y necesidades de negocio desde una única plataforma flexible, la nueva versión mejora todas sus prestaciones para abordar las complejidades en todos los ámbitos B2B, B2E y B2C. Ya sea la necesidad de impulsar la productividad de los empleados con una intranet moderna, aumentar los ingresos en un marketplace con una solución de comercio digital, disminuir los costes de servicio al cliente con un portal de autoservicio o unificar sistemas dispares con unas capacidades de integración sólidas, el software open source de Liferay lo hace de manera efectiva. "Las empresas actuales se enfrentan a un gran número de desafíos y lo hacen bajo la presión de una enorme competencia y de un mercado cada vez más exigente", destacaba Ferrer. "Liferay DXP 7.3 es una plataforma diseñada para facilitar la digitalización de las compañías y otorgarles eficacia, rapidez y solvencia a la hora de construir soluciones reales que respondan a sus retos particulares de negocio".

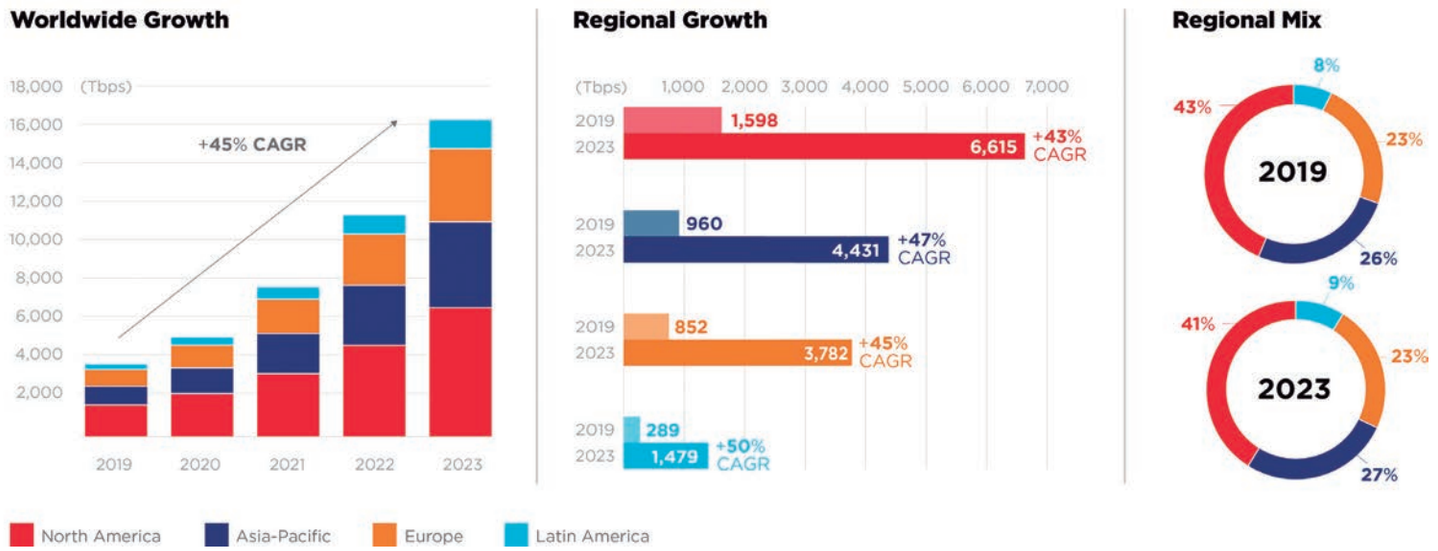
Características destacables, según Jorge Ferrer

- **Liferay DXP 7.3:**
  - Creación: Facilitar la creación visual y mejorar las experiencias digitales. Comparable con otros gestores de contenido, está orientado al usuario final (o sea, pensando en las pymes), con lo que aporta de plataforma empresarial. Es capaz de crear fragmentos de página de manera dinámica y rica en información, de manera responsive con el móvil para optimizarlo en este formato.
  - Democratización TI: Un usuario no técnico que cobra protagonismo son los diseñadores y maquetadores, para ellos hay disponibles guías de estilo y páginas maestras en un contexto de visualización previa al de publicación. Además se añade optimización SEO y conexión con redes sociales, con previsualización gráfica de cómo va a quedar según cada plataforma. Y también gestión de direcciones URL, redireccionamiento amigable y lista de errores 404, todo para no perder a ningún usuario.
  - Multisite: Un solo gestor de contenidos para que se publiquen en muchos sitios e incluso por distinta gente a lo largo del flujo de trabajo.
  - Aplicación de la Inteligencia Artificial: Los autores de contenidos podrán conocer desde un único dashboard información de las vías de acceso, canales, perfiles, difusión, métricas, fuentes e integrarlo en analíticas inteligentes.
  - App Builder: funcionalidad para construir aplicaciones de manera visual que integre reporting y flujos de trabajo.

- **Liferay Commerce 3.0:**
  - Con un enfoque orientado al B2B y los marketplaces, y basado en el DXP, permite el control de stocks y previsión de ventas, la compra por suscripciones (una tendencia al alza) o mejorar la experiencia de usuario que marca la diferencia entre ganar dinero y la capacidad de ganar mucho más dinero.
  - Cubre todos los hitos del customer journey en una visión 360: atracción, compromiso, conversión, retención y crecimiento.
  - Se dispone tanto de versión on-prem como on-cloud.

Lo que explica el Índice de Interconexión Global

Los proveedores de servicios digitales prevén un aumento que multiplicará por cinco la conectividad privada entre 2019 y 2023, impulsado por las mayores demandas de las empresas para cerrar las lagunas digitales en el edge. Además, siguiendo la trazabilidad dejada por el avance de la covid-19, el Índice de Interconexión Global de Equinix (Vol.4) revela que se está acelerando la transformación digital en todo el mundo y en muy diversos ámbitos económicos y sociales.



EL ÚLTIMO Índice de Interconexión Global (GXI), el estudio de mercado anual publicado por Equinix, muestra que la pandemia de la covid-19 ya ha tenido un efecto dramático en la forma en que las empresas están planificando sus iniciativas de infraestructura digital para los próximos tres años. Según la cuarta edición de este estudio, se prevé que los proveedores de servicios digitales —dentro de sectores como las telecomunicaciones, los servicios cloud y de TI, los medios digitales y los proveedores de tecnología— vean multiplicado por cinco el ancho de banda de la conectividad privada para 2023, impulsados por las mayores exigencias de las empresas para cerrar las lagunas digitales en el edge.

A medida que la pandemia sigue acelerando el paso a lo digital, se espera que las empresas que posibiliten el trabajo a distancia, como las de telecomunicaciones o los proveedores cloud y de TI, contribuyan al 54% del crecimiento total del ancho de banda de interconexión en EMEA, superando a otras industrias de la región. Se prevé que Fráncfort, Ámsterdam, París y Londres sean los principales núcleos de crecimiento del ancho de banda de interconexión en Europa, y se espera que la región en su conjunto represente el 23% (3.782 Tbps) del ancho de banda de interconexión global proyectado.

El estudio también prevé que el ancho de banda de interconexión general —la medida de conectividad privada para la transferencia de datos entre organizaciones— alcanzará una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 45% de 2019 a 2023 dentro de la región de EMEA. El crecimiento previsto está impulsado por la transformación digital y, concretamente, por las mayores exigencias de las empresas que amplían su infraestructura digital desde lugares centralizados a puntos distribuidos en la periferia.

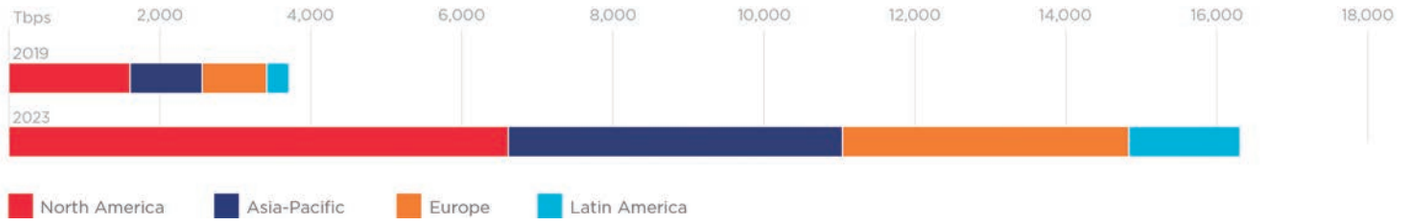
Esto se produce a medida que las compañías amplían y apoyan las interacciones en tiempo real mediante la interconexión estratégica de flujos de trabajo más cercanos a las personas, las cosas, las ubicaciones, la nube y los datos, y también entre ellos. La capacidad de esta conectividad equivale a 64 zettabytes de intercambio de datos, lo que supone un ancho de banda suficiente para que todos los seres humanos del planeta (7.800 millones) transmitan su secuencia completa de ADN en una hora.

Ignacio Velilla, Managing Director en España de Equinix, apuntaba: "Las empresas exigen una mejor capacidad de interconexión para poder competir en la economía digital actual y adaptarse mejor a los desafíos que están por llegar. La nueva edición del Índice de Interconexión Global muestra la necesidad de un modelo de conectividad directa, privada, segura y ultrarrápida para que las empresas sigan creciendo y aprovechen futuras oportunidades de negocio en la era digital. En España tenemos una gran oportunidad para hacer realidad el potencial de nuestro ecosistema de interconexión y para posicionarnos entre los principales mercados europeos".

Perspectivas por sectores

El GXI Vol.4 proporciona una visión de cómo las macrotendencias mundiales y la covid-19 han impactado en ciertos segmentos de la industria:

- *Las pautas de adopción de la tecnología digital están cambiando en respuesta a las alteraciones generalizadas*
  Según el GXI Vol.4, el patrón de adopción digital ha cambiado y se prevé que los proveedores de servicios proporcionen ahora más ancho de banda de interconexión (10.284 Tbps para 2023) que las empresas, en un porcentaje de casi el doble.
  Sin embargo, se prevé que gran parte de esta demanda de los proveedores



de servicios se destinará a apoyar a las empresas que están dando prioridad a su transformación digital en previsión a la recuperación post-pandemia.
El estudio también pronostica que las empresas que ya cuentan con una infraestructura digital ampliarán su ventaja competitiva y continuarán liderando el crecimiento empresarial, mientras que las que no la tienen se han visto obligadas a hacer frente a dificultades y a depender de los proveedores de servicios para transformar sus modelos de negocio.

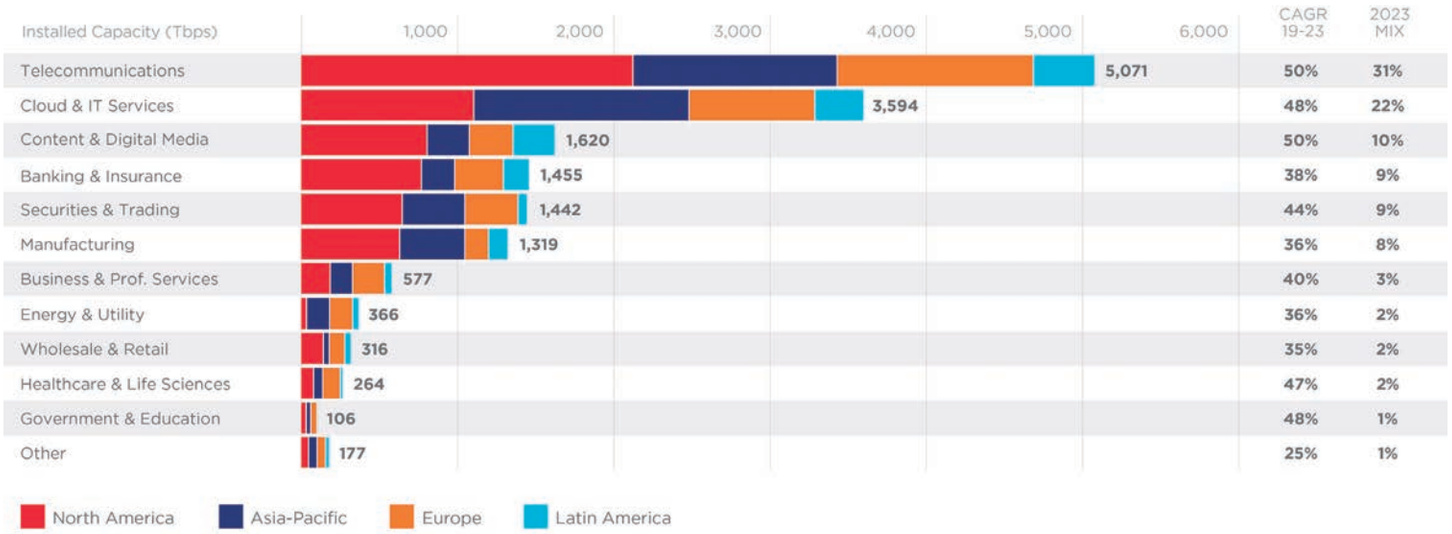
- *Los negocios tradicionales están pasando sus cargas de trabajo a una arquitectura edge-first*
  El GXI Vol.4 predice que los negocios tradicionales, dentro de sectores como la banca y los seguros, la industria manufacturera y los servicios empresariales y profesionales, representarán un 30% combinado del ancho de banda de interconexión global para 2023. Esto se debe a la creciente necesidad de mover las cargas de trabajo hacia el edge digital mientras se escala la infraestructura central de TI. Para 2023, se espera que estos negocios tradicionales alcancen una tasa máxima de crecimiento del ancho de banda de interconexión del 50% anual.
  Se prevé que tanto la atención de la salud y las ciencias biológicas como el gobierno y la educación lideren las empresas tradicionales en su tasa de crecimiento de interconexión, ya que se prevé que las iniciativas públicas y privadas sobre inteligencia artificial (IA) y machine learning (ML) impulsen una tasa combinada de crecimiento del 47% en el ancho de banda de interconexión de 2019 a 2023.

- *Las organizaciones se benefician del "network effect"*
  Las organizaciones están maximizando su ventaja digital mediante una presencia en los lugares con mayor número de usuarios, mayor número de proveedores y las actividades más dinámicas, lo que se conoce como "network effect". Según IDC, el 80% de los líderes digitales verán el impacto de conectarse a múltiples ecosistemas, incluyendo la mejora de su valor para los clientes finales en el año 2025.
  La necesidad de intercambio de aplicaciones en los ecosistemas digitales para apoyar el funcionamiento de las conexiones en tiempo real es esencial y crea el "network effect" para las empresas. El GXI Vol.4 predice que la conectividad de los proveedores de servicios a las redes y a los proveedores de servicios cloud y TI serán las dos principales fuentes de interconexión de los ecosistemas, con una tasa combinada de crecimiento anual estimado del 49% entre 2019 y 2023.

Reaccionar ante la pandemia

El Índice de Interconexión Global Vol.4 proporciona información actualizada anualmente mediante el seguimiento, la medición y la previsión del crecimiento del ancho de banda de interconexión, es decir, la capacidad total proporcionada al tráfico de intercambio privado y directo, con un conjunto diverso de partners y proveedores, en puntos de intercambio de TI distribuidos dentro de data centers neutrales. La introducción de la covid-19 en las ecuaciones ha obligado a modificar sin embargo las previsiones al alza.

Para Claire Macland, vicepresidenta sénior de Marketing de Equinix: "Los líderes digitales tienen que prepararse para la recuperación post-pandémica planificando y poniendo en práctica ya las iniciativas de transformación digital adecuadas. Creemos que aquellos que tienen una infraestructura base que permite reunir a todos los puntos clave, partners y posibilidades, obtendrán una ventaja empresarial a largo plazo".



Mientras que Eugene Bergen Henegouwen, presidente de EMEA de Equinix, piensa que: "La pandemia de la covid-19 no ha hecho más que acelerar el viaje de transformación digital que las empresas de toda la región ya estaban experimentando. La tasa CAGR del 45% prevista en Europa es indicativa del aumento de las demandas de las empresas para mejorar su capacidad de interconexión a fin de competir en una economía cada vez más digital. Ahora es aún más crucial que las empresas encuentren formas innovadoras de interconectarse con sus clientes y partners para obtener una ventaja competitiva en un entorno cada vez más disperso".

Celsa Group, un cliente de Equinix, señalaba que "las empresas estamos viviendo un momento de incertidumbre en el que poder adaptarse a una realidad cambiante de forma ágil supone una gran ventaja competitiva" decía su CTO, Manuel Parra. "En este contexto, la capacidad de la interconexión, que crece cada año para cumplir con las necesidades del tráfico de datos, nos permite acceder a entornos multicloud así como escalar de forma ágil nuestro negocio en función de la demanda gracias a Platform Equinix".

Esta visión no es solo local, sino universal. Así lo corrobora Debika Bhattacharya, VP-Global Solutions de Verizon Business, que piensa que "con la pandemia se ha creado un repentino cambio global en las prácticas de trabajo a distancia y desde casa, y nuestros clientes tienen ahora una nueva forma de valorar la necesidad de soluciones basadas en redes fiables. Es imperativo dar prioridad a las transformaciones digitales y a la conectividad en la nube. Nuestro principal reto es proporcionar a los clientes soluciones diferenciadas para impulsar la agilidad empresarial de modo que puedan alcanzar sus objetivos y mitigar los riesgos".

Finalmente, la visión de los analistas de Gartner David Cappuccio (Distinguished VP Analyst) y Henrique Cecci (Senior Director Analyst) sobre el efecto del coronavirus en los hábitos digitales: "A medida que los servicios interconectados, los proveedores cloud, la nube distribuida, los servicios edge y las ofertas de SaaS continúan proliferando, la razón para permanecer solo en una topología de data center tradicional tendrá ventajas limitadas. Esto no es un cambio de la noche a la mañana, sino un cambio evolutivo en la forma de plantear la oferta de servicios a nuestros clientes y los negocios. Esta tendencia, junto con la nueva realidad de que los factores externos podrían limitar el acceso físico al data center (como la cuarentena de emergencia), está impulsando un nuevo planteamiento en la planificación de la infraestructura".

¿Quién hace el Índice de Interconexión Global?

El Índice de Interconexión Global (GXI), publicado anualmente por Equinix, ofrece ideas que impulsan la ventaja comercial digital mediante el seguimiento, la medición y la previsión del crecimiento del ancho de banda de interconexión, es decir, la capacidad total proporcionada para intercambiar tráfico de forma privada y directa con un conjunto diverso de contrapartes y proveedores en puntos de intercambio de TI distribuidos.

El GXI es el único estudio de mercado del sector que proyecta cómo se desarrollará el crecimiento del ancho de banda de interconexión hasta 2023. El informe sirve como línea de base del mercado que analiza el perfil de despliegue de miles de participantes del ecosistema que utilizan proveedores de data centers de colocation neutrales de operadores a nivel mundial.

Estos datos se combinaron con los datos de los mercados locales y regionales (incluidas las tendencias macroeconómicas, la demografía del mercado y las concentraciones industriales) para formar un multiplicador ponderado de la demanda que ayude a predecir el crecimiento y a evaluar el impacto en la transformación del negocio digital. En el Índice de Interconexión Global se incluye una descripción detallada de la metodología.

Equinix mantiene una red de centros de datos a lo largo del mundo que pone a disposición de las empresas una infraestructura digital de primer nivel en la ubicación deseada para conectarse a sus clientes, socios y proveedores y acelerar su ventaja competitiva. Con Equinix se puede escalar de manera ágil, cubrir el lanzamiento de servicios digitales, proporcionar experiencias globales y multiplicar su valor.

Recursos adicionales:

- Índice de Interconexión Global (GXI) Volumen 4 [estudio]
- GXI Volumen 4 Blog [blog]
- Encuesta sobre Tendencias Tecnológicas Mundiales Equinix 2019-20 [estudio]
- Su data center puede no estar muerto, pero se está transformando [estudio de Gartner]
- Estudio sobre el Impacto Económico Total (TEI) [estudio de Forrester]
- El futuro de la infraestructura digital - Una entrega más rápida de servicios y experiencias digitales fiables [estudio de IDC]

Los centros de datos a prueba de pandemias ofrecen esperanza para el futuro

El mundo ha cambiado de forma radical de un día para otro y el sector de los centros de datos tiene que estar preparado para futuras pandemias. ¿Cómo lo está haciendo?

Existen pocos ejemplos de tiempos de inactividad en centros de datos relacionados con el COVID-19, pero debemos reconocer que la pandemia ha ejercido una presión adicional en todos los ámbitos, desde su diseño y construcción, hasta las cadenas de suministro y la dotación de personal.

Por desgracia, como señala la reciente investigación Post Pandemic Data Centers del Uptime Institute Intelligence, muchos operadores se encontraron ante grandes obstáculos.

¿Cómo se están preparando los centros de datos para futuras pandemias?

Los operadores se han dado cuenta que el COVID-19 no debería considerarse un incidente aislado; la planificación y los procesos relacionados con la pandemia deben integrarse desde un principio en las estrategias de resiliencia de las infraestructuras de centros de datos.

Como describe Uptime: "Casi seguro que el COVID-19 no será la última pandemia y los operadores están haciendo estos cambios en previsión de futuras pandemias".

Entonces, ¿cuáles son esos cambios relacionados específicamente con la pandemia? Uptime los clasifica en tres fases.

La primera fase es la de "reacción". Aquí se describen las primeras semanas o meses y las medidas de emergencia adoptadas por los operadores del centro de datos. Por ejemplo, reducir el número de empleados in situ o introducir regímenes de limpieza estrictos.

La segunda fase es la "mitigación" en la que los procesos establecidos en la fase reactiva se han convertido ahora en acciones continuas, según Uptime.

Aunque esas dos fases iniciales fueron importantes para reducir gran parte de la disrupción inicial causada por el COVID-19, es la tercera y última fase, la que probablemente sea más importante, ya que indica la dirección a seguir en el futuro.

Reacción, mitigación y adaptación

Como explica Uptime, la "fase de adaptación" es la que deberá afrontar el sector de los centros de datos en los próximos 18 meses; en ese tiempo el virus se habrá contenido en gran medida y el foco se dirigirá a cómo minimizar el impacto en el futuro.

Esta fase de adaptación abarca un conjunto de cambios tecnológicos y operativos, algunos de ellos ya estaban en juego antes, pero su adopción se acelerará a medida que más operadores tomen conciencia ante la amenaza de futuras pandemias.

Por ejemplo, Uptime, al igual que Vertiv, cree que habrá un repunte en la adopción de tecnologías de automatización y monitorización remota, incluidas las herramientas de administración de infraestructura de centros de datos (DCIM). El 90% de los operadores encuestados afirmaron que tienen previsto aumentar el uso de la gestión y monitorización remotas. "…la pandemia dará lugar a un incremento de la cifra de negocio para los proveedores de DCIM, monitorización y automatización", según Uptime.

Otras tecnologías que Uptime cree que serán aún más críticas en un mundo post-pandémico abarcan el uso de los llamados centros de datos modulares prefabricados (PFM). Este enfoque que ya estaba firmemente asentado antes del COVID-19, permite realizar más partes del proceso de construcción en condiciones de fábrica controladas. De forma parecida, el mantenimiento predictivo ganará fuerza en la media que operadores y proveedores introduzcan servicios más inteligentes y basados en la AI.

Por lo tanto, si bien las continuas repercusiones del COVID-19 podrían hacer más difícil evocar pensamientos esperanzadores sobre el futuro, o al menos el futuro próximo, parece que el sector de los centros de datos ya ha aprendido muchas y valiosas lecciones cuando se trata de planificar lo peor.

Andrew Donoghue,
Director EMEA Influencer Marketing.

VERTIV™

www.vertiv.com/es-emea/

Madrid Digital Hub: que todos los cables lleven a Madrid

La Comunidad de Madrid muestra su apoyo a la industria del Data Center y a los proveedores de servicios cloud para atraer la inversión. En una reunión promovida por la asociación @asLAN, Miguel Ángel García Martín, viceconsejero de Presidencia y Transformación Digital de la CAM, ha escuchado las peticiones y demandas del sector para hacer realidad Madrid Digital Hub y no desaprovechar la oportunidad de convertirse en un nodo de servicios digitales en el sur de Europa, lo que repercutiría en la riqueza de la región, con crecimiento en PIB y empleo. Para lograrlo, las empresas de Data Center solicitan más agilidad y un marco regulatorio adecuado a su actividad.

DESPUÉS DE plantear hace una semana sus peticiones ante los grupos parlamentarios del Congreso de los Diputados, la industria de Centros de Datos se ha reunido con Miguel Ángel García Martín, Viceconsejero de Presidencia y Transformación Digital de la Comunidad de Madrid, en un encuentro virtual promovido por la asociación @asLAN para hacer lo propio donde también se han dado cita proveedores de servicios cloud. En el encuentro han participado los centros de datos profesionales Data4, Equinix, Global Switch e Interxion, junto con otras empresas asociadas a @asLAN: Alhambra IT, Colt, Dell, Gigas, HPE, Infinidat, OVHCloud, Quark y Sophos.

El objetivo de esta acción de lobby (en el sentido noble de defensa legítima de intereses corporativos) es pedir la implicación y colaboración de las Administraciones Públicas para conseguir hacer de Madrid un Hub Digital en el sur de Europa. El sector de la infraestructura digital (redes de comunicaciones y centros de datos) es una industria que atrae talento, tiene un efecto multiplicador de las inversiones, actúa como palanca de crecimiento económico de las regiones y ayuda a construir sociedades más digitales y modernas. Y es que además, la sociedad va a ser digital sí o sí.

García Martín trasladó su disposición de colaborar con el sector para identificar los principales obstáculos para no perder esta oportunidad para la región: "Somos conscientes de que hay barreras y es importante que trabajemos juntos para identificarlas y tratar de poner soluciones. Es importante aprovechar esta oportunidad, identificar los obstáculos y ver cómo podemos darles respuesta". Hizo referencia también a utilizar la Factoría Digital que presentarán en pocas semanas y al Centro de Innovación Digital de la Comunidad de Madrid, Digitaliza Madrid, como herramientas facilitadoras.

Miguel Ángel García, Viceconsejero de Presidencia y Transformación Digital de la CAM.

Por parte de @asLAN, la asociación está preparando un decálogo con las principales recomendaciones de la industria de centros de datos y proveedores de servicios cloud que en las próximas semanas hará llegar a la Comunidad de Madrid.

Factor multiplicador de la riqueza por nueve

Desde hace dos años, la industria del Data Center trabaja para mostrar la relación entre la inversión en infraestructura troncal digital y la creación de riqueza. Según el estudio Madrid Digital Hub realizado en 2018, se muestra que cada millón invertido en centros de datos genera nueve millones de PIB en otros sectores, en un escenario de inercia. Sin embargo, en un escenario de mayor inversión, con un trabajo conjunto entre empresas privadas y administraciones públicas, este factor de multiplicación se puede convertir en doce.

Madrid tiene a su favor, su posición geográfica en el centro de la Península Ibérica, puerta de entrada a África y América; y la cada vez mayor llegada de cables submarinos que confluyen en Madrid desde las distintas costas y donde se interconectan con centros de datos y operadores de comunicaciones.

Entre las peticiones del sector de Data Center está la creación de un marco regulatorio fácil, transparente, ágil y adecuado a su negocio; y ser interlocutores directos con la administración. Hoy los centros de datos se ven penalizados por una regulación que no se ajusta a su actividad, una excesiva burocracia, la dificultad para disponer de suelo industrial o la incertidumbre ante la disponibilidad de potencia eléctrica en ciertas zonas.

Durante la reunión, las distintas empresas mostraron también las oportunidades y los retos de Madrid Digital Hub en generación de empleo y talento; soberanía del dato y colaboración público-privada. Todo el ecosistema que se desarrolla alrededor de los centros de datos tiene un efecto multiplicador e impulsor de startups y empresas de servicios digitales, lo que repercute en la generación de empleo directo; personal cualificado, uno de los grandes problemas que se están encontrando actualmente las compañías; y repatriación del talento. El llamado 'Silicon Alley' en el distrito de San Blas de Madrid así lo demuestra.

Respecto a la soberanía del dato, en el encuentro se hizo referencia también a Gaia-X, iniciativa europea para abordar la gran dependencia de Europa de los proveedores no europeos de cloud, como EEUU y China. Este proyecto quiere generar una claridad y transparencia para sectores con datos sensibles o preocupados por la soberanía del dato, acelerar la adopción de servicios cloud, facilitar la portabilidad y fomentar la innovación.

Finalmente, en cuanto a la colaboración público-privada, el viceconsejero de Presidencia y Transformación Digital explicó los planes para agilizar la contratación en el sector público mediante la Factoría Digital que se pondrá en marcha próximamente. "Será una de las primeras acciones que realizará el Centro de Innovación de la CAM,

El sector CPD es una industria que atrae talento, tiene un efecto multiplicador de las inversiones, actúa como palanca de crecimiento económico de las regiones y ayuda a construir sociedades más digitales y modernas

Digitaliza Madrid, y que presentaremos en pocas semanas. Daremos un plazo amplio para que quien quiera y pueda se sume a este contrato marco y trabaje con la administración pública madrileña. La idea es hacer una presentación al sector explicando los requisitos de entrada de solvencia técnica y económica y tener un marco de colaboración más dinámico y abierto". En cuanto, al Centro de Innovación, la CAM quiere que sea un centro abierto con un consejo asesor formado por empresas y expertos, que aporten su experiencia y talento. "Para hacer de Madrid esa región plenamente digitalizada y referente para toda la UE", concluye.

Acción de lobby

Anteriormente, el día 7 de octubre, el sector de Data Center y de infraestructura Cloud inició su ofensiva reuniéndose de forma virtual en un evento donde los principales actores de la industria pudieron debatir su futuro y poner en valor su impacto en la economía digital de España ante los diferentes grupos políticos que conforman la Cámara de Diputados y más de 250 asistentes virtuales.

Este encuentro, que fue promovido por Data4, DatacenterDynamics, Equinix, Global Switch, iMasons, Interxion, Quark y S4U y que ha consistido en dos mesas redondas temáticas, sirvió para poner en la agenda aspectos fundamentales en los que deben de participar el conjunto de las administraciones públicas con su apoyo logístico e institucional, a saber: el sector del Data Center como clave en la digitalización del país; la creación de un marco regulatorio simple, transparente y eficaz; la defensa de este sector por parte de las organizaciones gubernamentales e institucionales; y la voluntad de hacer todo lo necesario para atraer capital extranjero a través de la promoción de la región como destino de inversión TI.

En la lista de deseos a los Reyes Magos

Madrid es el lugar ideal para acoger la nueva ola de Data Centers. Las propuestas que se han estudiado en estas reuniones están basadas en tres argumentos: utilizar el sector Data Center como impulsor del consumo de energía renovable sobre el mundo digital; facilitar descuentos sobre los impuestos asociados al suministro eléctrico a partir del segundo año de operación de una empresa de Data Center en España; y recoger las necesidades en un estatuto de las empresas del sector del Data Center.

Para poder conseguir todos los objetivos, el sector tiene que afrontar algunos retos para poder ser el gran hub digital del sur de Europa. La inversión en infraestructura física para un centro de datos es equiparable a una inversión industrial. Dada la vida útil de un Data Center (entre 20 y 30 años) es necesario que exista un marco regulatorio y jurídico estable que permita resolver tantas incertidumbres como:

- disponibilidad de recursos para la construcción y operación;
- mano de obra cualificada o empresas de servicios especializados;
- facilidad y cercanía a infraestructuras de transporte que permitan la agilidad en los accesos;
- capacidad de expansión en terreno, energía o ecosistema de empresas para ampliar la oferta de servicios;
- competitividad de costes en la fase de construcción y los de operación;
- estabilidad económica, política, empresarial, jurídica y medioambiental;
- industrias impulsoras y elementos dinamizadores de la demanda;
- y un plan de atracción de inversión extranjera.

Durante los últimos años, el desarrollo de nuevas tecnologías en el sector TI como respuesta a la digitalización de la economía y con el avance de la digitalización en todos los ámbitos basados en servicios en la nube, plataformas de video bajo demanda de pago, IoT, 5G o conducción autónoma han evidenciado la necesidad de una mayor proximidad de la infraestructura al usuario final, presenta una oportunidad de desarrollo de este tipo de infraestructuras atrayendo grandes inversiones a nuestro país.

Aprovechando las inversiones de Google, Amazon Web Services y Microsoft Azure para el desarrollo de nuevos Data Centers que den cobertura regional al alojamiento de datos sensibles o bajo cumplimiento normativo, si además se dieran las condiciones apropiadas en cuanto a fiscalidad, disponibilidad de energía y espacio, se estima que, solo en infraestructuras físicas, la nueva inversión directa podría alcanzar la cifra de 3.000 millones de euros durante los próximos cinco años. De hecho, solo la demanda energética de estos Data Centers requeriría la producción de 500 MW de energía renovable con un consumo muy estable dada la continuidad durante las 24 horas de esta industria, lo que apoyaría el desarrollo de esta industria y se crearían más puestos de trabajo indirectos.

Es un hecho más que debería reconocer a España como punto clave para la interconexión de datos a nivel mundial, y aprovechar esta nueva ola del desarrollo de nuevos centros de datos que se está produciendo en todo el mundo, y que es análoga a la que tuvieron en su momento nuestros comparables europeos, que son el llamado FLAP (Fráncfort, Londres, Ámsterdam y París) a mediados de la pasada década y que ha determinado el posicionamiento de estos territorios como claves en el desarrollo de la economía digital.

Lo que piensan los proveedores de CPD

Según Juan Vaamonde, Country Manager de Data4, "estamos ante una oportunidad única en España para dotar al sector del Data Center de un marco ágil y estable que atraiga inversiones. En Data4 ya hemos dado el primer paso con nuestro centro en Alcobendas y esto es solo el principio. Como empresa europea queremos contribuir al posicionamiento, tanto de España como de Europa en este sector estratégico".

En palabras de Ignacio Velilla, Managing Director de Equinix Spain, "con el apoyo necesario que reclama el sector, la infraestructura digital de España alcanzaría el mismo tamaño de los principales mercados europeos acorde con el tamaño de nuestra economía. Desde Equinix somos testigos directos de que los cimientos que soportan toda esta infraestructura digital son los Data Centers y las redes de telecomunicaciones".

Tal como ha apuntado Markel Gruber Bergmann, director general de Global Switch, "las distintas administraciones deben de dar transparencia y ayudar a agilizar los procesos de implantación de los Centros de Proceso de Datos, así como promover España como hub digital trasfronterizo de referencia del sur de Europa. La agenda digital pilota sobre las infraestructuras de los Data Center siendo estos la palanca capaz de impulsar la recuperación económica".

Desde Interxion, y según palabras de Robert Assink, Managing Director, ha alegado que "cada día es más importante tener una interconexión fronteriza con diferentes partes del mundo, para que de esta manera pueda seguir funcionando la economía digital."

Ricardo Abad, Managing Director de Quark, ha resaltado que "las infraestructuras TI son la base de toda la cadena de valor que implica la nueva economía digital, generadora de empleo de calidad, mejora de servicios, facilitadora de la creación de startups y empresas de mayor valor añadido e igualdad de oportunidades".

Por su parte Patricia Rodríguez de iMasons, ha afirmado que "para conseguir los niveles de crecimiento a los que aspiramos en 2025 tenemos que estar unidos como sector, y trabajar en los cuatro pilares que nos pueden dar la oportunidad de posicionar España en el mercado europeo como hub digital: electricidad, interconexión, marco regulatorio e infraestructuras".

El resto de los participantes y la organización de la iniciativa, entre los que se encuentran BBVA, Adigital, Gestamp y Overon, han calificado de "gran éxito" estos encuentros digitales y esperan seguir avanzando con las instituciones para "convertir a España en el lugar que se merece, tanto a nivel geográfico como a nivel de capacidad e infraestructuras, dentro del sector de Data Center a nivel mundial".

Accesorios innovadores para aumentar la funcionalidad de los SAIs de Salicru

Salicru dispone de diferentes accesorios y paquetes de software diseñados especialmente para dotar de mayor funcionalidad a su gama de Sistemas de Alimentación Ininterrumpida (SAI/UPS).

Entre esos accesorios destacan especialmente la unidad de distribución de energía SPS PDU, el by-pass de mantenimiento BM-R y el sistema de transferencia automático SPS ATS.

SPS PDU, suministro de energía a equipos IT en rack 19"

Las unidades de distribución de energía SPS PDU están diseñadas para distribuir energía proveniente de un SAI/UPS, de un generador o de la red a múltiples dispositivos, tales como racks de redes y servidores en data centers y salas de ordenadores.

Estos dispositivos se suministran sin elementos que puedan interrumpir el flujo de energía, como filtros o protecciones contra sobretensiones, de manera que la alimentación de los dispositivos queda asegurada.

Los modelos SPS PDU incorporan un interruptor de encendido/apagado que permite conectar o interrumpir el suministro de energía a los dispositivos alimentados por la misma. Este interruptor posee un indicador luminoso rojo que se enciende cuando la SPS.PDU transmite energía a los dispositivos conectados a la misma.

Todos los modelos de la serie SPS PDU incorporan este interruptor de encendido/apagado con iluminación y tapa de protección para evitar acciones no deseadas. El sistema multiposición permite, además, la instalación de los soportes de fijación en múltiples combinaciones, tanto en profundidad (6 posiciones) como en inclinación (5 posiciones).

Toda la gama es en formato 1U de 19" y disponen de las opciones de instalación horizontal o vertical en el bastidor/rack.

BM-R, continuidad en el suministro durante el mantenimiento

Los modelos de la serie BM-R de Salicru son by-pass de mantenimiento que permiten la completa desconexión del SAI/UPS sin interceptar la alimentación a las cargas. Resulta una opción fundamental para las labores de mantenimiento y reparación que requieren, por motivos de seguridad, eliminar las tensiones presentes en el equipo.

La serie BM-R está disponible en las intensidades de 16, 40 y 63 A, cubriendo los SAI/UPS comprendidos entre 0,7 y 10 kVA de potencia con entrada y salida monofásicas.

SPS ATS, la solución ideal para alimentar cargas críticas mediante dos SAIs

La serie SPS ATS de Salicru es un conmutador automático entre dos líneas de alimentación monofásica AC que, partiendo de dos líneas de energía de corriente senoidal, suministra tensión de salida a las cargas. El display LCD junto a los LEDS de estado informan en todo momento del estado del equipo, modo de trabajo y de los valores de las principales medidas.

Asimismo, gracias al software de parametrización disponible puede programar, entre otros, nivel de sobrecarga, márgenes de tensión y frecuencia, sensibilidad de línea, programación de los contactos libres de potencial, etc.

Dispone también de amplias posibilidades de comunicación mediante los interfaces USB, RS-232 y contactos libres de potencial incorporados, o la inclusión opcional en una plataforma SNMP.

SPS PDU

BM-R

SPS ATS

salicru www.salicru.com

Hoja de ruta para hacer de Madrid el hub digital del sur de Europa

En este encuentro virtual con representantes del Congreso de los Diputados, mediante la iniciativa de las principales empresas de datacenters ya mencionadas y la asociación internacional Infrastructure Masons, se presentaron una serie de propuestas con la aspiración de convertir a Madrid en el hub digital del sur de Europa, con el ánimo de exponer los beneficios y recabar el apoyo de sus señorías.

[foto Marcos Sagrado, MCPro]

LAS INFRAESTRUCTURAS conectadas son el cimiento que une la economía digital. En la base de esta infraestructura encontramos tres pilares: energía eléctrica, redes de telecomunicaciones y centros de datos. Los tres elementos conforman el espacio físico donde transcurre nuestra vida digital: se conectan usuarios, se accede a las nubes, se distribuye contenido y se facilitan las actividades económicas, educativas o de entretenimiento.

Los representantes de centros de datos destacaron la necesidad de una planificación coordinada de los recursos energéticos teniendo en cuenta las necesidades del sector. Resulta complejo evaluar la viabilidad de un proyecto de centro de datos con un periodo de construcción de dos años cuando la planificación de la red eléctrica se realiza por quinquenios. Esa falta de agilidad puede traducirse en una instalación que no se construye por falta de potencia eléctrica. Por eso tienen entre sus objetivos poder coordinar con REE la disponibilidad de potencia eléctrica para la planificación y ubicación de nuevos centros de datos.

Asimismo, los centros de datos solicitan su inclusión dentro del sector industrial electrointensivo, ya que la factura eléctrica de estas instalaciones puede representar hasta el 40% de sus costes. De esta forma, podrían lograr exenciones en el impuesto del consumo eléctrico. Estas facilidades aumentarían la competitividad para atraer más inversiones de los grandes operadores de datacenters. El coste de la energía puede convertirse en un factor decisivo a la hora de elegir el país donde construir un centro de datos.

Y en relación con el consumo eléctrico, es de destacar además que la sostenibilidad es un objetivo prioritario en la gestión de la infraestructura digital. Para ello, los centros de datos cuentan con suministro de energía renovable y aplican las mejores prácticas de eficiencia energética, siendo uno de los escasos sectores que cumple con los objetivos de desarrollo sostenible según la Agencia Internacional de Energía (IAE).

«Para posicionarse dentro de la competencia existente con otras ciudades emergentes, es necesario actualizar la legislación y adecuarla. Por ejemplo, actualmente se clasifican como edificios de oficinas, por lo que se deben construir plazas de aparcamiento, cuando lo que hay son salas de servidores y muy pocas personas»

Un momento clave

La situación actual de desarrollo de la infraestructura digital en España es comparable a la que vivieron un grupo de ciudades como Fráncfort, Londres, Ámsterdam y París hace una década. En ellas se fue concentrando la mayor cantidad de centros de datos y redes de telecomunicaciones de Europa. En paralelo, en los últimos años la llegada de cables submarinos a las costas de la península ibérica a través de Lisboa y Bilbao está convirtiendo a Madrid en una "playa" digital: es el nodo de interconectividad donde los datos transportados llegan a sus usuarios finales a través de los centros de datos.

Para posicionarse dentro de la competencia existente con otras ciudades emergentes, es necesario por otra parte actualizar la legislación y adecuarla a los centros de datos. Por dar un ejemplo, actualmente se clasifican como edificios de oficinas, por lo que se deben construir plazas de aparcamiento por cada 100 m2 de construcción. Este requerimiento resulta incongruente en una instalación donde circulan muy pocas personas y cuya superficie está ocupada en su mayor parte por servidores, infraestructura eléctrica y equipos de refrigeración.

El objetivo de este encuentro virtual entre miembros del Congreso y empresas del sector fue hacer conocer requerimientos y compartir estrategias para convertir a la región en el próximo hub digital de Europa. El efecto de la inversión en infraestructura digital se multiplica por 12 en otros sectores si se dan las condiciones adecuadas para su expansión. En una época muy compleja donde las comunicaciones, la educación y la economía se basan en el mundo online, resulta esencial aunar esfuerzos y voluntades para crear el entorno propicio y convertir a Madrid en el hub digital del sur de Europa.

Robert Assink,
director general de Interxion España

Sostenibilidad en el CPD

Honeywell y Vertiv colaboran en un esfuerzo conjunto para mejorar la eficiencia energética de los centro de datos gracias a la combinación de la experiencia en tecnología operativa de Honeywell con las soluciones de infraestructura digital crítica de Vertiv. Se trata de una novedosa oferta conjunta, quizás la primera, que combina la selección inteligente de recursos energéticos con la visibilidad centralizada de las operaciones e infraestructuras para ayudar a reducir el uso de la energía

LOS CENTROS de datos permiten habilitar las aplicaciones online que la gente utiliza para su trabajo, entretenimiento o comunicarse, de modo que necesitan una gran cantidad de energía para trasladar la información a todos los puntos del planeta. Dos de los principales actores de este sector han anunciado una colaboración para crear operaciones de centros de datos más sostenibles y eficientes.

Honeywell, especializado en edificios conectados, junto con Vertiv, proveedor mundial de soluciones de continuidad e infraestructura digital crítica en CPD, trabajarán de la mano para crear soluciones integradas para optimizar la sostenibilidad, la resistencia y el rendimiento operativo del centro de datos. Se espera que estas soluciones estén disponibles durante el presente 2020.

El acuerdo de colaboración se centra en los sistemas y productos líderes en el sector de Honeywell de gestión de edificios (BMS), software operativo y los productos de seguridad, junto con los sistemas de alimentación ininterrumpida (SAI), distribución de energía, refrigeración de precisión, supervisión de infraestructura y las soluciones modulares de Vertiv, para permitir a los operadores de centros de datos, de grandes empresas, de co-location y de centros de datos edge, integrar a hiperescala múltiples dominios de datos dentro de un data center. Las empresas aprovecharán los datos útiles de los edificios para impulsar la optimización de las operaciones, reduciendo el uso de energía y los costes, al tiempo que mejoran el rendimiento y la sostenibilidad del data center.

"Los centros de datos se enfrentan a retos similares que otros edificios con sistemas dispares, y que no se diseñaron para trabajar juntos, pero experimentan estos desfíos a mayor escala", explicaba Vimal Kapur, presidente y director ejecutivo de Honeywell Building Technologies. "La colaboración con Vertiv nos permite mirar hacia el futuro para ofrecer soluciones integradas para edificios y facilitar a los operadores de centros de datos, la simplificación de la gran cantidad de información que se extraen de sus equipos, en acciones que generen operaciones más eficientes y respetuosas con el medio ambiente".

Los cuatro frentes de batalla en los que los centros de datos se tienen que emplear en mejorar son los de la gestión de la energía, la eficiencia, la sostenibilidad y la disponibilidad seis nueves (99,999%)

Por su parte, el CEO de Vertiv, Rob Johnson, afirmaba que "la continuidad de los negocios es más crítica que nunca, con más gente trabajando, estudiando y conectándose de forma remota, lo que ha impulsado una explosión simultánea de datos y demanda de nuevos centros de datos. Existe la necesidad y la oportunidad para que los centros de datos sean más eficientes, fiables y sostenibles. Nuestra colaboración con Honeywell nos ayudará a servir mejor colectivamente a nuestros clientes de centros de datos. Nuestras ofertas se complementan entre sí para proporcionar un mayor valor a los operadores de centros de datos".

Cuatro frentes de batalla

Mejor gestión de la energía, disponibilidad, eficiencia y sostenibilidad son los puntos a reforzar. Los centros de datos en 2018 consumieron aproximadamente el 1% del uso de energía en el mundo. Mientras que la industria ha hecho grandes avances para reducir y compensar la demanda de energía, incluyendo el aumento de la utilización de energía renovable, todavía se pueden hacer más esfuerzos hacia un futuro sostenible y libre de carbono.

El enfoque inicial de las empresas estará en soluciones de micro-redes para centros de datos, lo que permitirá una integración más eficiente de fuentes de energía alternativas como paneles solares, celdas de fuel y baterías, para proporcionar un enfoque escalable con el objetivo que los operadores mejoren rápidamente la funcionalidad y el coste total de propiedad.

Como arquitectos de la continuidad, Vertiv resuelve los retos más importantes a los que se enfrentan hoy en día los centros de datos, las redes de comunicación y las instalaciones comerciales e industriales con una cartera de soluciones basadas en hardware, software, analítica y servicios de infraestructura de energía, refrigeración y TI que se extiende desde la nube hasta el borde de la red.

Si el futuro son los edificios autónomos, los CDP ya lo son prácticamente. Los edificios inteligentes están aprendiendo a funcionar por sí mismos, justo a tiempo para un mundo remoto, y eso que las personas suelen pasar hasta el 90% de su tiempo en edificios. Pero con la pandemia de coronavirus, los edificios comerciales están funcionando con muchos menos ocupantes, cosa que los centros de datos por definición nunca han tenido.

"Estamos comenzando a ver evidencia, evidencia sólida, de que el mundo se está dando cuenta de que la autonomía realmente es importante para la continuidad del negocio", dijo David Trice, director de productos de Honeywell Forge, el negocio de software empresarial de Honeywell. "Poder tomar decisiones y juicios que se envían automáticamente a una instalación, para realizar cambios o actualizaciones, o apagar las cosas. Esas acciones son críticas en un momento en que las personas no pueden visitar una ubicación para realizar esos cambios por usted".

Respaldar la continuidad de negocio

El primer fruto resultante de esta colaboración será una solución de gestión inteligente de la energía que incluye un sistema de gestión de recursos energéticos y de control de supervisión en una plataforma única integrada. Combinando el almacenamiento de energía, el análisis, la previsión y la optimización económica, se proporcionará a los centros de datos una selección inteligente y autónoma de fuentes de energía y servicios de red para operar la carga de los centros de datos y reducir los costes de energía al mismo tiempo que se mantienen los requisitos del tiempo de disponibilidad.

La solución también puede ayudar a los centros de datos a cumplir con los requisitos de disponibilidad mientras se optimizan los costes de energía, cumpliendo con los objetivos de sostenibilidad corporativa y reduciendo la huella de carbono mundial. Y lo mejor, permitirá a los operadores gestionar sus objetivos de sostenibilidad y tener en cuenta los factores de riesgo externos como el clima y la fiabilidad de la red.

La gran cantidad de energía utilizada para la refrigeración de precisión, los sistemas de edificios y la seguridad física dentro de un centro de datos puede aumentar el riesgo de tiempo de inactividad. La nueva solución escalable y fácil de implementar de gestión inteligente de energía de Honeywell y Vertiv está diseñada para permitir la supervisión y el mantenimiento remoto, reducir los costes, eliminar la redundancia y mejorar la eficacia del uso de la energía (PUE).

La combinación de ambas empresas pone a la venta una solución que gozará del respaldo de un soporte diferenciado para los centros de datos y sus marcas especializadas. Por ejemplo, incluyen las soluciones de detección avanzada de Honeywell con la marca Vesda, la tecnología avanzada de detección de humo, la plataforma de gestión del rendimiento empresarial de Honeywell Forge, la optimización de la energía de Honeywell Forge, el sistema integrador

de edificios empresariales (EBI) y el sistema Niagara, además de las soluciones de gestión de energía y térmica Vertiv Liebert, las soluciones de supervisión y gestión de TI Vertiv Avocent y las soluciones de distribución de energía Vertiv Geist.

¿Qué hay tras la tecnología operacional y por qué su ciberseguridad es crítica?

Según un estudio del Instituto Ponemon, el 90% de las organizaciones del sector OT ha sufrido al menos un ataque en los últimos años, y el 45% ha visto cómo se veía involucrada la tecnología operacional en estos ataques. Se debe tener un enfoque más alineado con los sistemas IT y buscar equipos OT que vengan por defecto con funcionalidades comunes que puedan ayudar a integrarlos en una estrategia común.

AL PENSAR en ciberseguridad, las empresas tienden a centrarse casi exclusivamente en la tecnología de la información (IT), es decir, en la protección de aquella infraestructura dedicada a la transferencia, almacenaje y tratamiento de datos, que normalmente está conectada a Internet y que se ha convertido en el objetivo principal de los ciberataques. No obstante, a medida que los negocios se vuelven cada vez más digitales, los ataques que se producen más allá de dicho espacio han aumentado notablemente, impactando en otras áreas. Este es el caso de la tecnología operativa (OT), ligada al control del mundo físico.

Tal y como recoge el Instituto Ponemon en el estudio "Cybersecurity in Operational Technology", el 90% de las organizaciones del sector OT –aquel que aglutina industrias que dependen de los sistemas de control industrial u otra tecnología operativa– ha sufrido al menos un ataque en los últimos años que le ha generado brechas de datos, parones en el negocio o disrupciones significativas. Además, el 45% de los encuestados asegura haber experimentado un ataque en el que se veía involucrada la tecnología operacional o dispositivos IoT.

Este tipo de tecnología es igual de fundamental para una empresa como lo son sus servidores o centros de datos (CPD). En un almacén, por ejemplo, un fallo en el sistema de calefacción y refrigeración puede provocar una pérdida significativa de los bienes que hay en él; si hay un problema en el aire acondicionado, un CPD puede sufrir apagones inesperados por sobrecalentamiento. De esta forma, los componentes críticos de OT deben cumplir con ciertos requisitos, teniendo que ser rentables, confiables y seguros. La digitalización ayuda con esto, pero también abre la puerta a nuevos tipos de ataques remotos que antes no hubieran sido posibles.

"La tecnología operacional ha estado muchos años en la sombra. Sí que es verdad que se ha concebido siempre como una parte crítica en los procesos y operaciones de la industria, así como en ciertos ámbitos, como es en los centros de datos o en los edificios, donde vemos instalaciones como el alumbrado de emergencia, los ascensores, las alarmas de seguridad o los sistemas de ventilación, refrigeración y calefacción, pero muy pocos iban más allá", explica José Antonio Afonso, responsable del segmento Commercial Building en Eaton Iberia. "Por estar en ese segundo plano, y porque con la digitalización y el IoT esta tecnología está ligada cada vez más a soluciones TI, se ha vuelto un blanco interesante para los ciberatacantes, y por ello no podemos dejar que pase más tiempo sin implementar soluciones en su protección", añade.

Ciberseguridad OT vs IT

Hoy en día, el enfoque de la seguridad OT no es muy diferente del de IT. Si OT se centra en el tiempo de actividad y en la disponibilidad de los equipos, IT lo hace en proteger los datos que fluyen, pero ambos velan por garantizar el servicio, la novedad es que deben estar alineados en una misma estrategia. Pero aún así persisten diferencias obvias, la más evidente es que las redes OT asumen patrones de uso relativamente estáticos en comparación con el enfoque dinámico en IT, que responde a un uso más cambiante presionado por las redes de ciberhacking que buscan la brecha digital o el descuido del usuario.

Debido a que anteriormente utilizaba protocolos de comunicación generalmente propietarios, la tecnología operacional no tiene un conjunto estandarizado de herramientas y técnicas de seguridad, como por ejemplo sí lo tiene la tecnología de la información con los antivirus, cortafuegos u otros softwares de protección de los endpoints, redes y servidores. Los activos OT tienen un ciclo de vida esperado mucho más

José Antonio Afonso (Eaton).

largo que los equipos de IT, y las consideraciones de seguridad son diferentes si un dispositivo puede estar en uso durante veinte años o más. Además, dichos activos tienen recursos limitados que generalmente carecen del tipo de capacidad de procesamiento extra que un ordenador portátil o un servidor podrían utilizar con fines de seguridad.

Por lo general, vemos la ciberseguridad relegada por completo al equipo de IT; sin embargo, a medida que más tecnologías que impulsan las operaciones diarias de una empresa se ejecutan online, muchos no creen que estén expuestos, y se han olvidado de proteger sus sistemas OT. Por ello, es importante que las organizaciones piensen no solo en los métodos de actuación de los atacantes, sino también en sus objetivos para actuar en consecuencia.

"A diferencia de la tecnología de la información, lo que se comparte en un sistema OT a menudo no es valioso ni para la empresa ni para los atacantes. Un sistema de alimentación ininterrumpida o SAI, por ejemplo, no comparte datos que puedan usarse para pedir un rescate. Sin embargo, al estar conectado a los sistemas de IT de la empresa, bien podría abrir una puerta trasera a través de la cual los atacantes puedan hacerse con datos financieros o de clientes. La interrupción de los sistemas OT también puede ser útil en sí misma para los atacantes, ya sea como una distracción de otras acciones o como una forma de causar pérdidas financieras o reputacionales", comenta Juan Manuel López, responsable del segmento Data Centers en Eaton Iberia.

Qué hacer para proteger el OT

Ya no es suficiente con asumir que las medidas implementadas por los equipos de IT extenderán su protección con éxito a la infraestructura OT de una empresa. La tecnología operacional en sí misma debe fortalecerse contra los ataques, mientras que las empresas, los proveedores u otros agentes deben trabajar juntos para comprender completamente dónde están los riesgos y cómo protegerse contra ellos. Del mismo modo, los managers de instalaciones deben trabajar con los equipos de IT para asegurarse de que cualquier dispositivo que compren esté protegido contra intentos de intrusión, de manera que se aseguren de que esta tecnología no sea el eslabón más débil de la cadena de seguridad.

En este sentido, las empresas fabricantes de tecnología operacional deben desarrollar todos sus productos con la ciberseguridad en mente, como por ejemplo ya hace Eaton con su enfoque 'secure-by-design'. Así, se trata de evitar que haya puntos muertos de los que los hackers puedan aprovecharse, de construir una oferta que siga los estándares marcados por las asociaciones responsables de los mismos, como pueden ser UL o IEC, y, además, de trabajar en conjunto con ellas para crear estándares que cubran las necesidades tanto de OT como de IT, y que sean válidos a nivel mundial.

Para poder confiar en sus entornos, las empresas deben considerar la ciberseguridad ligada a la funcionalidad al elegir equipos para sus infraestructuras. Sin tener todos los aspectos anteriores en mente, será imposible lograr una protección eficaz.

Juan Manuel López (Eaton).

OVHcloud celebra su evento Ecosystem Experience

El proveedor europeo de nube pública ha reunido a su comunidad en la octava edición de su conferencia OVHcloud Ecosystem Experience. Este evento que este año es online contó con 150 ponentes, en 90 sesiones, para ofrecer durante tres días una inmersión en el mundo cloud y acoger a más de 10.000 personas.

CADA DÍA se impartió sesiones centradas en los cambios que el ecosistema puede generar el negocio de los datos, además de proponer una alternativa de confianza, sostenible y eficaz a los actores mundiales hegemónicos. Un ecosistema para garantizar una mayor transparencia y soberanía sobre los datos. OVHcloud renueva su compromiso con la privacidad y pertenencia de los datos desde la óptica y las leyes europeas, más garantes que la Patriot Act a la que están sometidas las empresas estadounidenses (esto es Microsoft, Amazon, IBM o Google). Con una base que reúne a más de 3.000 empresas asociadas, y programas dedicados como Open Trusted Cloud, el líder europeo del cloud ha realizado grandes inversiones para fortalecer su huella tecnológica y geográfica en 2020. Con un mayor enfoque en su valor multilocal, OVHcloud refuerza constantemente su infraestructura para satisfacer cada necesidad regional específica –liberada de la influencia extraterritorial–, en cualquier lugar donde se encuentren sus 1,6 millones de clientes.

Como parte de su constante compromiso con la independencia estratégica europea, OVHcloud también se posiciona en el centro del marco Gaia-X para llevar los valores europeos al sector y el mercado cloud en todo el mundo. Este compromiso también se refuerza con proyectos a gran escala, como la asociación estratégica con T-Systems para desarrollar conjuntamente una plataforma soberana única de public cloud. Por último, la compañía da un paso adelante en su hoja de ruta de seguridad para obtener certificados clave de confianza como SecNumCloud en Francia, AgID en Italia o C5 en Alemania o unirse a entornos de confianza como G-Cloud en el Reino Unido.

"Abrir una tercera vía en el mundo de los datos no es una tarea fácil, pero confiamos en poder hacerlo gracias a este ecosistema único y fuerte, unido en torno a valores fundamentales como la apertura, la reversibilidad y la transparencia", afirma Michel Paulin, CEO de OVHcloud.

Sostenible y 'verde'

La frugalidad y la eficiencia han sido elementos esenciales en la trayectoria sostenible de OVHcloud durante más de quince años. De hecho, su modelo integrado verticalmente es hoy en día un activo clave para reducir su huella, por diseño. La compañía implementó la refrigeración por agua en el año 2003, lo que ha dado como resultado un valor de Eficiencia del Uso de Energía (PUE) de 1,3 a 1,09, mientras que la media del sector ronda un valor de 2. A pesar de su elección de sistemas basados en agua, OVHcloud ha logrado de forma única un índice de Eficiencia de Uso de Agua (WUE) del 0,2.

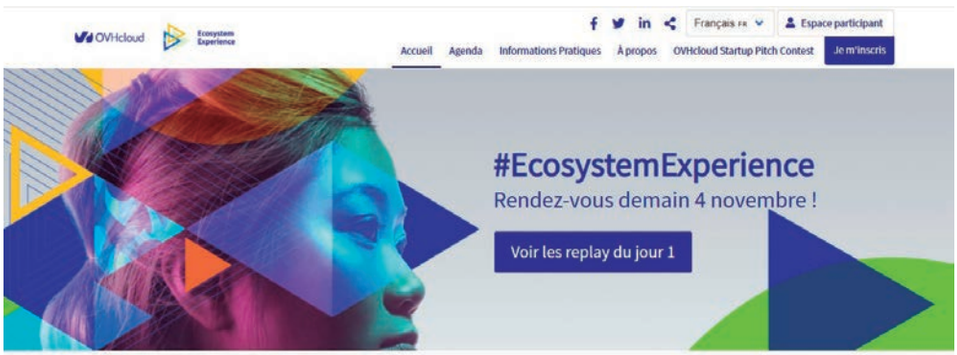
"En términos más concretos: sólo necesitamos un vaso de agua para enfriar un servidor durante diez horas, mientras que la media del sector necesita una botella de agua llena para hacerlo. Como utilizamos nuestros datacenters en redes eléctricas de bajo uso de carbono –ya que aprovechamos los antiguos edificios existentes para instalarlos–, a medida que reciclamos los componentes para darles una segunda y tercera vida, sabemos que podemos alcanzar los objetivos del trío Energía/Agua/Carbono", especifica François Sterin, vicepresidente ejecutivo de Industria en OVHcloud.

La compañía progresa con un ambicioso compromiso para el futuro: alcanzar la neutralidad en carbono con una combinación de energía renovable pura para el año 2025, además de establecer planes para lograr el "cero neto" de emisiones para el año 2030. Para ello, OVHcloud define cinco elementos clave para ofrecer un sólido programa de sostenibilidad: la monitorización, el diseño, la energía renovable, la economía circular y la movilización del ecosistema. Dentro de estos planes, OVHcloud ha establecido una alianza con el principal instituto europeo de investigación tecnológica, Inria, para mejorar la monitorización y convertirla en un activo orientado al cliente.

Un ecosistema disruptivo

En los últimos años, OVHcloud ha estado trabajando para rediseñar su infraestructura de red troncal a nivel mundial y ha desarrollado un sistema capaz de gestionar un tráfico cada vez mayor, reformulando su capacidad para ocuparse de una gama más amplia de casos de uso con un enfoque basado en la resistencia y la escalabilidad. Gracias a esta nueva infraestructura de gama alta y alto rendimiento, OVHcloud inicia un nuevo camino para abordar casos específicos de uso empresarial o incluso clústeres de servidores listos para usar.

Además, para ocuparse también de las necesidades cada vez mayores de almacenamiento y de la inteligencia artificial, OVHcloud ha enriquecido su catálogo de soluciones, acelerando sus planes en el área del almacenamiento con la reciente adquisición de las tecnologías OpenIO y Exten, y proporcionando un completo conjunto de herramientas con las que las empresas podrán crear sus propias soluciones basadas en IA o emplear aplicaciones de IA llave en mano, con unos precios totalmente transparentes y predecibles. Para ello, habrá una integración completa de las herramientas y las ofertas de los partners tanto en los universos de OVHcloud como a través de ellos. Con este fin, OVHcloud ha seleccionado a 30 expertos europeos de IA de primera clase, capaces de ofrecer y ampliar soluciones de extremo a extremo.



Ecosystem Experience TV

P.C.MIRA

C/Còrsega, 85 Bajos - 08029 - Barcelona
Tel: +34 93.410.63.63 / 902.887.636
www.pcmira.com - comercial@pcmira.com

facebook.com/pcmira.ecrpos @pcmira youtube.com/pcmiraecrpos

TPV TÁCTIL POSLAB POS68 J1900 o i5

PANTALLA CAPACITIVA, 3 AÑOS GARANTÍA
CPU J1900, 4GB RAM, 128GB SSD / CPU i5-4570T, 8GB RAM, 256GB SSD

EL POS-68 ES UN TERMINAL ROBUSTO CON LA MEJOR RELACIÓN CALIDAD/PRECIO.
BASE METÁLICA, PANTALLA TÁCTIL CAPACITIVA Y 3 AÑOS DE GARANTÍA.

OPCIÓN DE 2º MONITOR TRASERO DE 10"

OPCIÓN VISOR DE CLIENTE INTEGRADO 2 LÍNEAS X 20 CARACTERES

ACCESO AL DISCO SSD DIRECTO PARA POST-VENTA

- » Terminal Táctil capacitivo pantalla True-Flat y Fanless. 15" LED 1024 x 768.
- » Base metálica con inclinación de pantalla graduable. Posibilidad de colgar en la pared.
- » Intel Quadcore J1900 2.00 Ghz Fanless, 4 Gb RAM DDR3, SSD 128 Gb, Gigabit Ethernet, 1 USB 3.0, 3 USB 2.0, 3 RS232 (5V/12V), 1 RS232 para visor.
- » Intel CORE i5 4570T 2.90 Ghz, 8 Gb RAM DDR3, SSD 256 Gb, Gigabit Ethernet, 1 USB 3.0, 3 USB 2.0, 3 RS232 (5V/12V), 1 RS232 para visor.
- » Opción de Integrar: Monitor trasero de 10".
- » Opción de Integrar: Visor Trasero de Cliente 2 Líneas x 20 Caracteres.
- » Licencia de Sistema Operativo Windows 10 IOT 64 bits opcional.

P.C.MIRA

C/Còrsega, 85 Bajos - 08029 - Barcelona
Tel: +34 93.410.63.63 / 902.887.636
www.pcmira.com - comercial@pcmira.com

facebook.com/pcmira.ecrpos @pcmira youtube.com/pcmiraecrpos

TPV APEXA GW, APEXA PRIME GW, APEXA GW ANDROID

POSBANK®

PANTALLA 15,6" o 19", COLOR BLANCO o NEGRO
CONFIGURACIONES WINDOWS o ANDROID

VERSÁTIL CON CONFIGURACIONES WINDOWS: J1900, PENTIUM y CORE-i5. DISPONIBLE CON ANDROID 7.1.
POSIBILIDAD DE COLGAR EN PARED O DE USAR NUESTRO SISTEMA DE MÁSTILES EN MOSTRADOR.

OPCIÓN DE 2º MONITOR TRASERO DE 10" o 15"

OPCIÓN VISOR DE CLIENTE INTEGRADO 2 LÍNEAS X 20 CARACTERES

PANTALLA 16:9 PANORÁMICA 15,6" o 19"

» APEXA G A-1500: ANDROID CPU Cortex A17, 2 GB RAM, 16 GB FLASH.
» APEXA G: Intel Quadcore J1900, 4 GB RAM, 64 GB SSD. Licencia Windows 10 Entry opcional.
» APEXA-PRIME G: Pentium 4415U, 4 GB RAM, 64 GB SSD. Licencia Windows 10 Value opcional.
» APEXA-PRIME G: Core i5 7200U, 8 GB RAM, 128 GB SSD. Licencia Windows 10 Value opcional.
» Pantalla Táctil Capacitiva True-Flat de 15,6" (1366 x 768) o 19" (1600 x 900).
» 1xEthernet, 6 USB 2.0, 3 RS232 (5V/12V), 1 Puerto para MSR, 2º Puerto VGA, Salida de Audio.
» Opción de Integrar: Lector de Tarjetas Magnéticas y Smart Chip EMV, RFID, Lector Huellas, Visor Trasero de Cliente 2 Líneas x 20 Caracteres, 2º Monitor Trasero 10" o 15" 1024x768.
» GARANTÍA DE 3 AÑOS. Hasta 5 años de Garantía H/W In-Situ opcional.

P.C.MIRA

C/Còrsega, 85 Bajos - 08029 - Barcelona
Tel: +34 93.410.63.63 / 902.887.636
www.pcmira.com - comercial@pcmira.com

facebook.com/pcmira.ecrpos @pcmira youtube.com/pcmiraecrpos

TPV APEXA G, APEXA PRIME G, APEXA G ANDROID

POSBANK®

PANTALLA CAPACITIVA, COLOR BLANCO o NEGRO
CONFIGURACIONES WINDOWS o ANDROID

VERSÁTIL CON CONFIGURACIONES WINDOWS: J1900, PENTIUM y CORE-i5. DISPONIBLE CON ANDROID 7.1.
POSIBILIDAD DE COLGAR EN PARED O DE USAR NUESTRO SISTEMA DE MÁSTILES EN MOSTRADOR.

OPCIÓN DE 2º MONITOR TRASERO DE 10" o 15"

OPCIÓN VISOR DE CLIENTE INTEGRADO 2 LÍNEAS X 20 CARACTERES

PANTALLA TRUE-FLAT DISEÑO ESTILIZADO

- » APEXA G A-1500: ANDROID CPU Cortex A17, 1 GB RAM, 8 GB FLASH.
- » APEXA G: Intel Quadcore J1900, 4 GB RAM, 64 GB SSD. Licencia Windows 10 Entry opcional.
- » APEXA-PRIME G: Pentium 4415U, 4 GB RAM, 64 GB SSD. Licencia Windows 10 Value opcional.
- » APEXA-PRIME G: Core i5 7200U, 8 GB RAM, 128 GB SSD. Licencia Windows 10 Value opcional.
- » Pantalla Táctil Capacitiva True-Flat de 15" (1024 x 768). Inclinación de pantalla graduable.
- » 1xEthernet, 6 USB 2.0, 3 RS232 (5V/12V), 1 Puerto para MSR, 2º Puerto VGA, Salida de Audio.
- » Opción de Integrar: Lector de Tarjetas Magnéticas y Smart Chip EMV, RFID, Lector Huellas, Visor Trasero de Cliente 2 Líneas x 20 Caracteres, 2º Monitor Trasero 9.7" o 15" 1024x768.
- » GARANTÍA DE 3 AÑOS. Hasta 5 años de Garantía H/W In-Situ opcional.

P.C.MIRA

C/Còrsega, 85 Bajos - 08029 - Barcelona
Tel: +34 93.410.63.63 / 902.887.636
www.pcmira.com - comercial@pcmira.com

facebook.com/pcmira.ecrpos @pcmira youtube.com/pcmiraecrpos

GAMA DE PRODUCTOS SUNMI

SUNMI ES LA MARCA DE TPV Y MOVILIDAD
DE XIAOMI PARA EL COMERCIO Y LA INDUSTRIA

SUNMI T2: TPV 15.6" con impresora integrada.

TPV Android 7.1, Pantalla 15.6" Full HD,
CPU Qualcomm, 2 GB RAM, 16 GB ROM,
Wi-Fi, Bluetooth, Ethernet, 5xUSB, 1xRS232, 1xCajón.
Impresora Térmica 80mm integrada con corte.
Opción de Monitor Trasero de 10" o 15.6".

SUNMI T2 lite: TPV 15.6" formato modular.

TPV Android 7.1, Pantalla 15.6" Full HD,
CPU Qualcomm, 2 GB RAM, 16 GB ROM,
Wi-Fi, Bluetooth, Ethernet, 5xUSB, 1xRS232.
Pie robusto de aluminio.
Posibilidad de colgar en la pared.
Opción de Monitor Trasero de 10" o 15.6".

SUNMI T2mini: TPV 11.6" "Todo en uno".

TPV Android 7.1, Pantalla 11.6" HD,
CPU ARM Cortex A7, 1 GB RAM, 8 GB ROM,
Impresora Térmica 80mm integrada con corte.
Visor de Cliente gráfico LCD integrado.
Dimensiones similares a una Caja Registradora.
Disponible modelo con 4G, NFC y lector QR.

SUNMI L2: PDA Industrial 5" IP67.

PDA Android 7.1, Pantalla 5" HD IPS,
CPU ARM Cortex, 2 GB RAM, 16 GB ROM, USB-C,
Sim 4G, Wi-Fi 2.4G/5G, Bluetooth 4.0, NFC, GPS,
Cámara 5MP, Slot microSD, Batería 5000mAh.
Disponible con Scanner Zebra 2D. Cuna opcional.

SUNMI M2: PDA 5" para Hostelería.

PDA Android 7.1, Pantalla 5" HD IPS,
CPU Qualcomm, 1 GB RAM, 8 GB ROM, USB-C,
Sim 4G, Wi-Fi 2.4G/5G, Bluetooth 4.2, Cámara,
Micrófono y Altavoz, microUSB, Batería 3000mAh.
Disponible con WiFi o WiFi+4G. Cuna opcional.

SUNMI V2: PDA 5.45" con Impresora 57mm.

PDA Android 7.1, Pantalla 5.45" HD IPS,
CPU Qualcomm, 1 GB RAM, 8 GB ROM, 4G, USB-C,
Wi-Fi 2.4G/5G, Bluetooth 4.0, Cámara 5MP, GPS,
Micrófono y Altavoz, Batería 2580mAh.
Cuna de carga opcional.

SUNMI V2pro: PDA 6" con Impresora 57mm.

PDA Android 7.1, Pantalla 6" HD IPS, Ultra-fina,
CPU Qualcomm, 1 GB RAM, 8 GB ROM, USB-C,
Wi-Fi 2.4G/5G, Bluetooth 4.2, Cámara 5MP, GPS,
Micrófono y Altavoz, Batería 2580mAh.
Disponible con WiFi+4G o WiFi+4G+NFC+Scanner.

SUNMI U2: Lector de códigos de barras.

Lector de códigos 1D, 2D y QR en etiquetas y sobre pantallas de dispositivos móviles.
Dispone de gatillo y vibración en la confirmación de lectura. Diseño ergonómico y resistente.
Fácil implantación (USB) y precio económico.

ESET BUSINESS SOLUTIONS

BLINDA A TUS CLIENTES Y CRECE CON NOSOTROS

Protégelos con lo último en seguridad online.

+30
años de tecnología NOD32

+400.000
empresas protegidas por ESET

+110M
usuarios seguros en todo el mundo

CYBERSECURITY EXPERTS ON YOUR SIDE

PROVEEDOR Nº 1 DE LA UNIÓN EUROPEA EN CIBERSEGURIDAD EMPRESARIAL

MADE IN EU

go.eset.es/tai